

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Podnikatelská etika – Společenská odpovědnost firem
Business Ethics – Corporate Social Responsibility

Student: Bc. Simona Pohnánová
Vedoucí diplomové práce: prof. PhDr. Jiří Bláha, CSc.

Ostrava 2010

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Řešitel: Simona Pohnánová
Program: Ekonomika a management
Obor: Management
Specializace:
Téma: Podnikatelská etika – Společenská odpovědnost firem
Business Ethics – Corporate Social Responsibility

1. Úvod
 2. Formování společenské odpovědnosti firem v minulosti
 3. Koncept společenské odpovědnosti firem
 4. Analýza postoje k jednotlivým oblastem společenské odpovědnosti firem v České republice a v zahraničí
 5. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce
Přílohy

Odborná literatura:

BLÁHA, J. *Podnikatelská etika – předpoklad úspěšného rozvoje organizace*. VŠB-TU Ostrava, 2001. ISBN 80-248-0008-X
DYTRT, Z. a kolektiv. *Etika v podnikatelském prostředí*. Praha: Grada Publishing, a.s. , 2006. ISBN 80-247-1589-9
FRANC, P.; HEYDENREICH, C.; NEZHYBA, J. *Když se bere společenská odpovědnost vážně*. 1. vyd. Brno: Ekologický právní servis, 2006. ISBN 80-86544-08-7

Vedoucí: Prof. PhDr. Jiří Bláha, CSc.

Datum zadání:

Datum odevzdání:

.....
vedoucí katedry

prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou diplomovou práci vypracovala samostatně a uvedla jsem veškerou použitou literaturu a další prameny.“

Obsah

1 Úvod	8
2 Formovanie spoločenskej zodpovednosti firiem v minulosti	9
2.1 Vývoj konceptu spoločenskej zodpovednosti firiem	9
2.1.1 Carrolova štvordielna definícia spoločenskej zodpovednosti	10
2.2 Spoločné znaky definíc spoločenskej zodpovednosti	13
2.3 Spoločensky zodpovedné podnikanie v Českej republike	15
2.3.1 Sociálna politika podniku	16
2.3.2 Tomáš Baťa a jeho pohľad na koncept CSR	16
2.4 Hnacie sily vývoja koncepcie spoločenskej zodpovednosti firiem	18
3 Koncept spoločensky zodpovedného podnikania	21
3.1 Výhody uplatňovania princípov CSR	22
3.2 Stakeholders	26
3.2.1 Dialóg so stakeholders	28
3.3 CSR a jeho vzťah k podobným oblastiam	30
3.4 Argumenty pre CSR	32
3.4.1 Morálne argumenty pre CSR	32
3.4.2 Ekonomické argumenty pre CSR	32
3.5 Argumenty proti CSR	33
4 Analýza postoja k jednotlivým oblastiam spoločenskej zodpovednosti firiem v Českej republike a v zahraničí	38
4.1 Charakteristika vybranej spoločnosti- firma ŽDB Group a.s.	52
4.1.1 História firmy ŽDB Group a.s.	52
4.1.2 Jednotlivé závody ŽDB Group a.s.	52
4.2 Spoločenská zodpovednosť vo firme ŽDB Group a.s.	56
4.2.1 Sponzoringové aktivity spoločnosti	56
4.2.2 Bezpečné pracovné podmienky pre zamestnancov	56

4.2.3 Ekologický aspekt zodpovedného podnikania	58
4.2.4 Návrhy a doporučenia	63
5 Záver	66
Zoznam použitej literatúry	68
Zoznam skratiek	73
Zoznam tabuliek a grafov	74
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce	75

1 Úvod

Kľúčom k pochopeniu koncepcie spoločenskej zodpovednosti firiem (Corporate Social Responsibility) je cieľ činnosti podniku. Zodpovedná firma, ktorá aplikuje princípy CSR si nekladie za cieľ len maximalizovať svoj zisk, ale jej podnikateľská činnosť zahŕňa i ekologické a sociálne aspekty. Spoločensky zodpovedná organizácia má tak zvýšenú schopnosť dlhodobo dosahovať zisk a prispievať k trvalo udržateľnému rozvoju. Firma tak zohľadňuje nielen ekonomický rast, ale aj environmentálnu a sociálnu zodpovednosť svojho fungovania.

Koncept CSR sa snaží poukázať na to, že ekonomický záujem firmy nemusí byť v rozpore so záujmami sociálnymi a environmentálnymi. Naopak, môžu spolu vytvoriť synergický efekt. Princípy koncepcie CSR, ako sú starostlivosť o zamestnancov a miestnu komunitu sa vyskytovali už dávno, boli však skôr výnimkou ako pravidlom. Najčastejšie sa jednalo o filantropicky založených jedincov, ktorí dobrovoľne zľavili zo svojho štandardu, aby tak poskytli pomoc druhým.

Za cieľ mojej diplomovej práce si kladiem zoznámenie sa a pochopenie nových poznatkov z oblasti spoločensky zodpovedného správania firiem, pokúsiť sa o analýzu úrovne spoločenskej zodpovednosti vo vybraných krajinách a zistiť dosiahnutý stupeň implementácie konceptu CSR vo vybranej spoločnosti ŽDB Group, a to metódou rozhovoru. Následne sa pokúsim vypracovať návrhy doporučení, ktoré by mohli viesť k zlepšeniu stavu zavedenia princípov CSR vo zvolenej firme.

Pracovný text je rozdelený do troch hlavných častí. V prvej kapitole sa zaoberám históriou a vývojom koncepcie spoločensky zodpovedných podnikov. Nachádza sa tu niekoľko pohľadov na samotnú definíciu, tá je napriek spoločným znakom stále nejednotná. Sú tu spomenuté i hnacie sily vývoja stratégie CSR. Druhá časť približuje výhody plynúce z aplikovania princípov koncepcie CSR, aspekty, ktoré by mala zodpovedná spoločnosť zohľadniť pri výkone svojej podnikateľskej činnosti a vysvetlenie príbuzných pojmov. Tretia kapitola venuje svoju pozornosť porovnávaniu úrovne zodpovedného správania vo vybraných krajinách a zároveň sa snaží priblížiť doterajšiu dosiahnutú úroveň vo zvolenej spoločnosti. Záverom obsahuje i návrh doporučení, ktoré by mohli rozšíriť stávajúcu oblasť zodpovedných praktík uplatňovaných v tomto podniku.

2 Formovanie spoločenskej zodpovednosti firiem v minulosti

Historické korene hnutia spoločenskej zodpovednosti siahajú do 19. storočia, kedy Andrew Carnige zverejnil názor, že bohatí ľudia majú morálnu povinnosť deliť sa s ostatnými o svoj majetok (KUBÁLKOVÁ, P. 2007).

2.1 Vývoj konceptu spoločenskej zodpovednosti firiem

Prvé zmienky o spoločenskej zodpovednosti firiem sa do odbornej literatúry pre manažérov dostávajú v päťdesiatych rokoch minulého storočia. Za prelomový je považovaný rok 1953, s ktorým sa pojí meno Howard R. Bowen, ten vydáva knihu *Social Responsibilities for Businessman*. Je považovaný za prvého teoretika danej problematiky, avšak pojednáva skôr o zodpovednosti podnikateľa než o zodpovednosti podniku, ako celku. Najčastejšie diskutovaným problémom väčšiny definíc, ako aj nižšie uvedenej, je ten, že nie je jednoznačne vymedzené, aké chovanie firmy či podnikateľa je žiadúce.

„Spoločenská zodpovednosť je záväzok podnikateľa uskutočňovať také postupy, prijímať také rozhodnutia alebo vykonávať také aktivity, ktoré sú žiadúce z pohľadu cieľov a hodnôt našej spoločnosti.“ (CAROLL, A.B. 1999, s. 270)

Šesťdesiate roky sú obohatené o definíciu Keitha Davisa a Roberta Blomstroma z knihy *Business and its Environment*: „Záväzok jedinca zvážiť dopad svojich rozhodnutí a činov na celý spoločenský systém. Podnikatelia uplatňujú spoločenskú zodpovednosť, keď zvažujú potreby a záujmy ostatných ľudí, ktorých podnikateľské aktivity môžu zasiahnuť. Ak tak konajú, potom dokážu vidieť i veci, ktoré sú mimo úzko definovaných ekonomických a technických záujmov ich firmy.“ (CAROLL, A.B. 1999, s. 270)

Idea sformulovaná Davisem hovorí taktiež o použití tzv. Železného zákona; pokiaľ podnik neplní okrem ekonomických záväzkov, čím je pre firmu dosahovanie zisku a záväzkov legislatívnych, aj záväzky voči spoločnosti, a to v dlhodobom merítku, potom má spoločnosť pravomoc odobrať podniku právo na podnikanie.

Výbor pre hospodársky rozvoj využíva pre vysvetlenie pola pôsobnosti CSR tri kruhy. Vnútorňý kruh zahŕňa „záväzky (tvorba produktov, pracovných miest a dosahovanie ekonomického rastu) vyplývajúce z ekonomickej funkcie podniku“, stredný kruh „zodpovednosť za uplatňovanie tejto ekonomickej funkcie k meniacim sa spoločenským hodnotám a prioritám“ a vonkajšie záväzky potencionálne (CAROLL, A.B. 1999, s. 5-7).

Od sedemdesiatych rokov 20. storočia počet definícií CSR vzrástol. Tieto definície obsahujú zmienky o susedskej ohľaduplnosti, ktorá neskôr dala základy tzv. teórie stakeholderov (za stakeholderov firmy sú označené všetky skupiny, ktoré majú vplyv na organizáciu alebo opačne, skupiny, na ktoré má vplyv činnosť firmy, viz Bateman,(2003)).

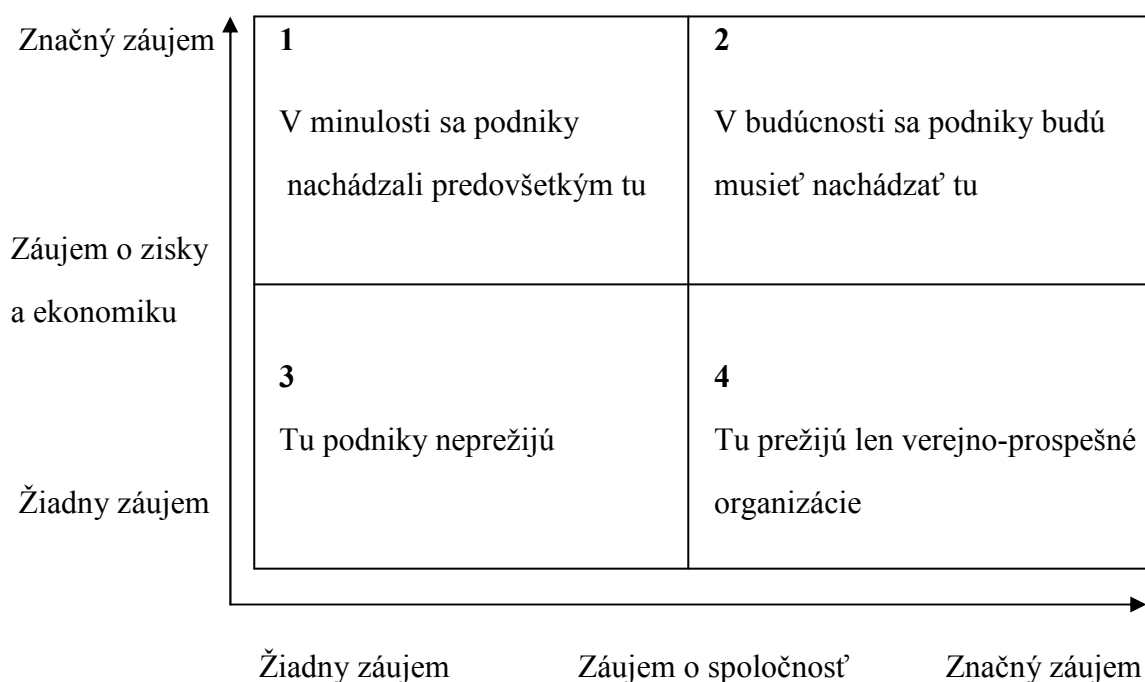
Dytrt v knihe Etika v podnikateľskom prostredí (2006) definuje spoločensky zodpovedné správanie ako dobrovoľnú integráciu sociálnych a ekologických ohľadov v súčinnosti so zainteresovanými stranami do podnikateľských činností firmy. Ide o proces budovania dôvery rôznych zainteresovaných strán vo fungovanie firmy, ktorý nebude len úzko sledovať ekonomické ciele, ale bude prospešný zo širších spoločenských aspektov.

2.1.1 Carrolova štvordielna definícia spoločenskej zodpovednosti

V roku 1979 bola Carrolom navrhnutá definícia CSR pozostávajúca zo štyroch oblastí: zo zodpovednosti ekonomickej, legislatívnej, etickej a zodpovednosti dobrovoľnej. Tá bola neskôr premenovaná na filantropickú, spoločnosťou neočakávanú. Carrol súčasne navrhol váhy jednotlivých zložiek definície, a to v nasledujúcom pomere: 4:3:2:1.

V tejto definícii boli tak spojené také podnikové aktivity, o ktorých sa predpokladalo, že si navzájom odporujú. I v dobe, kedy bola od podniku očakávaná len zodpovednosť ekonomická, ktorá bola, ako jediná, podporovaná Miltonom Friedmanom, existovali podnikatelia, ktorí sa venovali firemnému darčovstvu a pociťovali záväzky ku komunite.

Obrázok 2.1: Vzrastajúca dôležitosť ekonomických a spoločenských hodnôt



Zdroj: CARROLL, A. B. 1981, s.429.

Carrol odhaduje, že v budúcnosti bude pre podniky nutné, nachádzať sa v kvadrante 2, avšak toto umiestnenie nezdôvodňuje.

V 90. rokoch 20. storočia upozorňuje Woodová na to, že je nutné rozlišovať 3 úrovne spoločenskej zodpovednosti: inštitucionálnu, manažerskú a organizačnú. Z každej jednej úrovne vyplývajú rôzne zodpovednosti a aktivity v tejto oblasti.

Tabuľka 2.1: Corporate Social Policy: Výsledky jednania na základe princípov spoločenskej zodpovednosti v oblasti CSR

Zásady CSR			
Oblasti	Inštitucionálna	Organizačná	Individuálna
Ekonomická	produkovať výrobky a služby, poskytovať zamestnanie, vytvárať bohatstvo pre akcionárov	stanovovať cenu za výrobky a služby odrážajúce pravdivé výrobné náklady zahrnutím všetkých externalít	vytvárať ekologické výrobky, používať málo znečisťujúce technológie, znižovať náklady recyklovaním
Zákonná	riadiť sa zákonmi a predpismi, nelobovať za zvýhodnené miesta v politike	pracovať pre public policy reprezentujúce vlastný osvietený záujem	využívať regulatorné požiadavky pri inováciach produktov a technológií
Etická	nasledovať základné etické zásady (napr. čestnosť pri označovaní produktov)	poskytovať celé a presné informácie o produkte užívateľom	dostávať informácie o produkte k určitým trhom (napr. k deťom a cudzincom) a propagovať to ako výhodu produktu
Dobrovoľná	jednať ako dobrý občan vo všetkých ohľadoch nad rámec zákona a etických pravidiel	investovať zdroje podniku do sociálnych problémov, ktoré sú spojené so záujmom podniku o spoločnosť	vybrať charitatívne investície, ktoré sa následne splatia pri vyriešení sociálnych problémov

Zdroj: WOOD, D. J. 1991, s. 710.

Koncepcia CSR sa teší väčšej pozornosti až v druhej polovici dvadsiateho storočia, a to predovšetkým v USA. K jej formovaniu na európskom kontinente prispela hlavne Európska únia, ktorá dodržiavanie princípov spoločenskej zodpovednosti považuje za jeden z nástrojov na dosiahnutie cieľov určených v Lisabonskej stratégii, predovšetkým v oblasti trvalej udržateľnosti.

Z tohoto obdobia sú môžeme spomenúť predovšetkým tieto definície:

„Spoločensky zodpovedné podnikanie je kontinuálny záväzok podnikov správať sa eticky, prispievať k trvalo udržateľnému ekonomickému rozvoju, a zároveň prispievať k zlepšovaniu kvality života zamestnancov, ich rodín, rovnako ako lokálnej komunity a spoločnosti ako celku“ (World Business Council for Sustainable Development).

„Spoločensky zodpovedné podnikanie je dobrovoľné integrovanie sociálnych a ekologických záujmov do každodenných firemných činností a interakcií s firemnými stakeholdermi“ (Európska únia, Zelená kniha, 2001).

2.2 Spoločné znaky definíc spoločenskej zodpovednosti

Definície, ktoré sú dané k dispozícii sa opierajú o etické základy a je možné u nich pozorovať určité spoločné charakteristiky (Bussarda, Markuše, Bunčáka, Marčeka a Mazurkiewiczze (2005, str. 6):

1. **Univerzálnosť**. Znamená to, že ich možno aplikovať na všetky typy podnikania, nie sú vymedzené len pre niektoré.
2. **Dobrovoľnosť**. Dôraz je kladený na dobrovoľnosť záväzku firiem držať sa princípov spoločensky zodpovedného podnikania.
3. **Aktívna spolupráca firmy so svojimi stakeholders**. Týmto pojmom označujeme osoby, skupiny, inštitúcie, ktoré môžu ovplyvniť chod firmy alebo opačne, sú podnikom ovplyvňované. Tomuto dôležitému pojmu sa budem venovať v nasledujúcich kapitolách.
4. **Záväzok prispievať k rozvoju kvality života**. Predstavuje životné podmienky jedincov, ich možnosť kontrolovať zdroje, subjektívne hodnotenie ich života, rovnako aj blahobyť jedincov žijúcich v spoločnosti.
5. **Kladú dôraz na rozvoj, nie len rast**. Najmasívnejšie používaným ukazateľom ekonomického napredovania je HDP, ktorý zahrnuje finančnú hodnotu všetkých statkov a služieb vyprodukovaných na území jednej krajiny. Na druhej strane rozvoj súvisí s trvalo udržateľnosťou tvorby majetku. Nezanedbáva ekologické dôsledky

podnikateľských aktivít, podmienky, za ktorých sa produkty vyrábajú, rovnako aj vplyv produkcie na rôzne skupiny a regióny.

- 6. Pomenúvajú tri oblasti, v ktorých sa zodpovedné podnikanie prejavuje.** Podľa tohoto pohľadu firma funguje s ohľadom na triple-bottom-line (trojitá výsledovka), nesústreďuje sa len na ekonomický rast, ale aj na sociálne a enviromentálne dôsledky svojej činnosti.

Čo sa za spoločenskú zodpovednosť nepovažuje?

Niekedy sa stane, že pojem CSR býva omylom zamenený za filantropiu, poprípade za jednoduché chovanie firiem v súlade so zákonmi. Firemná filantropia je iba časťou spoločensky zodpovedného chovania, nie je však spoločenskou zodpovednosťou ako takou. Samotné správanie sa v súlade so zákonmi je síce správne, chýba tu však prvok dobrovoľnosti, je to niečo, čo firma jednoducho robiť musí.

Koncepcia spoločensky zodpovedného chovania je charakteristická práve tým, že ide nad rámec legislatívnych požiadavkov. Predstavuje pridanú hodnotu a realizáciu manažerských ideí, ktoré presahujú daný právny záväzok.

Ešte obtiažnejšie sa javí rozpoznanie CSR od public relations a marketingu. Z doteraz uskutočnených výskumov v západnej Európe je badať, že čoraz väčšie množstvo firiem berie spoločenskú zodpovednosť ako súčasť PR. Niečo čo by podniku dodalo punc príťažlivosti. Určité prekrývanie PR aktivít s CSR je prirodzené. Existuje však riziko, že celková snaha sa zamerá len na vydávanie publikácií, než na vec, ako takú.

Na základe týchto obáv z redukovania spoločensky zodpovedného podnikania na public relations sa začali zavádzať štandardy merania a objektívneho posudzovania (Trnková, J. 2004).

2.3 Spoločensky zodpovedné podnikanie v Českej republike

Idea spoločensky zodpovedného podnikania začala prenikať do Českej republiky a na Slovensko v podstate až s príchodom nadnárodných korporácií v deväťdesiatych rokoch 20. storočia. V roku 1992 vzniklo v bývalom Československu združenie Business Leaders Forum, o rok nato pôsobilo už len v rámci Českej republiky.

Snaží sa byť garantom spoločensky zodpovedného riadenia, zároveň pomáha vytvárať partnerstvá medzi podnikmi, vládami a miestnou komunitou s úmyslom dosiahnuť zlepšenia vzťahov v oblasti sociálnej, ekonomickej a ekologickej.

Spoločenská zodpovednosť podniku bola dlho spájaná s pojmami, ako je firemná filantropia, podnikateľská etika alebo aj tzv. corporate governance, čo by sme mohli preložiť ako správa a riadenie spoločností. Nejednalo sa však o publikácie, ktoré by sa tomuto tématu venovali v celej jeho šírke.

Za obdobie, ktoré prialo koncepcii CSR by sa dali považovať roky 2003 a 2004. V týchto časových periodách totiž po prvý krát vyšli publikácie, ktoré sa komplexne venovali tématike spoločenskej zodpovednosti. Môžeme spomenúť nemálo citovanú štúdiu Jany Trnkovej, ktorá analyzovala problematiku CSR v Českej republike. Taktiež sa čitateľovi naskytne pohľad na prehľadne spracovaný zoznam pojmov, aktivít i organizácií, ktoré sa zaoberajú danou koncepciou.

Výsledkom tejto štúdie je aj fakt, že aktivity majúce charakter spoločensky zodpovedného chovania sa pri utváraní názoru na firmu nachádzajú hneď za spoločnosťou uznávanými parametrami, ako je kvalita produkovaných výrobkov a služieb, a prístup k zamestnancom.

Najdôležitejšou spoločensky zodpovednou aktivitou bola pre respondentov poctivosť a otvorenosť pri podnikaní, prístup k zamestnancom, prospech pre ekonomiku, vzťah k životnému prostrediu a vzťah ku komunite. Vyplýva z toho, že zďaleka nie všetky spoločensky zodpovedné aktivity firiem sú rovnako atraktívne pre všetky cieľové skupiny.

2.3.1 Sociálna politika podniku

Samotná myšlienka spoločenskej zodpovednosti podnikov, ako ju poznáme dnes, nemá v Českej republike dlhú tradíciu. Je možné hovoriť skôr o sociálnej politike podniku, predstavuje predovšetkým premyslený prístup k zamestnancom firmy.

V období do druhej svetovej vojny bola sociálna politika firmy závislá predovšetkým na prosperite jednotlivých podnikov. Zmeny nastali po roku 1948, kedy sa regulácia pracovných a životných podmienok obyvateľstva stala súčasťou plánovacieho systému štátu. Prostredníctvom štátnych dotácií boli podniky schopné zaistiť radu sociálnych aktivít, a to bez ohľadu na ekonomickú prosperitu firiem.

Metodika plánovania sociálneho rozvoja bola predmetom diskusií ešte v 80. rokoch. Povinnosť podniku plánovať sociálny rozvoj svojich zamestnancov bola uložená aj zákonníkom práce, v novele zákonníku práce bol daný odstavec vypustený, a to v roku 1990. Dá sa oceniť aspoň záujem vychádzať zo skutočných potrieb podniku, úskalie spočívalo predovšetkým v snahe centrálného usmerňovania sociálnej politiky firmy (Maršíková, K.; Prskavcová, M. 2007).

V súvislosti s týmto pojmom je žiadúce spomenúť priekopníka v danej oblasti, Tomáša Baťu.

2.3.2 Tomáš Baťa a jeho pohľad na koncept CSR

Tomáša Baťu, významného podnikateľa českej histórie, nie je nutné zdĺhavo predstavovať, väčšiu pozornosť budem venovať jeho ojedinelému spôsobu riadenia výroby a práce. Jeho vlastné povolanie, ku ktorému sa upínal viac a viac, bola úloha sociálneho tvorca, tvorca nového v spoločenskom a hospodárskom živote človeka (Erdély, E. 1990).

Je nutné poznamenať, že tu je koncepcia CSR vnímaná ako sociálna politika podniku. Systém, ktorým bol v období Masarykovej republiky riadený koncern Baťa bol založený hlavne na decentralizácii podniku samotného, rovnako aj vo vnútri firmy, účasti zamestnancov na zisku. Ďalej na umožnení vplývať na riadenie obchodu, systematickom výcviku zamestnancov a mládeže, prenikajúcom i do oblasti školstva.

Samospráva diel'ní

V súvislosti so zásadami samosprávy diel'ní malo každé oddelenie vedúcu osobnosť zodpovedajúcu za prácu, zisk i stratu daného oddelenia. Baťa postupom času zamenil svoj podnik na obdobu demokratického štátu. Rozhodujúcim faktorom bola schopnosť zamestnancov prekázať výsledky. Na ich základe im bolo umožnené podieľať sa na riadení podniku prácou, ktorej rozumeli a na mieste, kde svojím pôsobením boli schopní ovplyvniť výsledok.

Účasť na zisku

Finančná hotovosť, ktorú zamestnanci získavali účasťou na zisku, bola prevádzaná na účty zamestnancov a tam ešte zhodnotená o 10 percent. Baťa mal záujem na tom, aby jeho zamestnanci porozumeli obchodnej stránke podniku, aby s ním rástli. Z robotníkov chcel vytvoriť kapitálových účastníkov svojho závodu. Zamestnanec tak nemal mať záujem len o výsledok svojej práce, ale aj o výsledok celej diel'ne, tento prístup ho mal pripútať k celej výrobe (Maršíková, K.; Prskavcová, M. 2007).

Baťova reč, ktorú predniesol k svojim zamestnancom:

„Poskytujeme vám účasť na zisku nie snád' preto, že by sme cítili potrebu vydať nejaké peniaze medzi ľuďmi len tak z dobrého srdca. Sledujeme týmto krokom úplne iné cieľe. Chceme znížiť ešte viac výrobné náklady. Chceme docieľiť toho, aby topánky boli ešte lacnejšie a aby robotníci viac zarábali. Myslíme, že naše výrobky sú doposiaľ drahé a robotnícka mzda nízka. Preto vám vypočítame časť zo zisku, ktorý bol dosiahnutý v diel'ni, v ktorej pracujete“ (Pochylý, J. 1990. str. 20).

Pracovná morálka

Dodržovanie pracovnej morálky malo spojiť diel'ňu v jeden celok. Zásada, ktorá bola v rámci pracovnej morálky vyžadovaná bola šetrnosť. Ďalším zo zaujímavých princípov bol zákaz prijímať a dávať úplatky. Na záver spomeniem jeden z najdôležitejších pilierov, a to zákaz fajčenia a pitia alkoholu v celom areáli závodu.

Organizácia plánovania

Základom organizácie plánovania boli pololetné predpoklady vytvorené na sezóny jar-leto a jeseň-zima. Baťa vsadil na jednoduchý fakt, a to, že vyúčtovanie predpokladov má veľký psychologický význam. Baťov prejav bol toho dôkazom, podotkol, že „človek majúci pred očami cieľ svojej práce, dokáže nájsť prostriedky k jeho uskutočneniu, i keď sú mu okamžite neznáme.“ (Pochylý, J. 1990, str. 61).

Tento systém, ktorý bol vo svojej dobe predmetom obdivu, ale aj závidi, nám ukazuje fungujúci sociálny systém podniku, ktorý je previazaný s ostatnými aktivitami podniku a vplýva na svoje okolie. Obsahuje myšlienky, ktoré sú aj v tejto dobe ojedinelé. Továrne, stroje, materiálne hodnoty boli len hromadou železa a tehiel v slovníku Tomáša Baťu. Trvalá hodnota nie je totiž v jeho materiálnych vynálezoch, ale v príklade jeho myslenia, ktoré vytvorilo okrem materiálnych hodnôt určitý typ človeka a jeho životný štýl. (Pochylý, J. 1990).

2.4 Hnacie sily vývoja koncepcie spoločenskej zodpovednosti firiem

Sily poháňajúce koncept spoločenskej zodpovednosti sú v určitých prípadoch nezaujímavé, avšak ich spojenie dokáže mať vplyv na hospodársku transformáciu.

Globalizácia

Jedným z dôsledkov toľko diskutovaného pojmu je fakt, že podniky môžu mať svoju centrálu na jednom mieste, výrobu na inom a trhy zasa úplne inde. Možností sa naskýta nepreberné množstvo a korporácie tak hľadajú optimálne podmienky pre výrobu. S globalizáciou sa pojí i technický rozvoj, čo znamená rýchlejšiu a lacnejšiu komunikáciu, preto je pre podniky stále väčší problém čokoľvek utajiť.

Verejné politické vakuum

Vlády vždy obhajujú národné záujmy, avšak mobilita výrobných faktorov ich stavia do nevýhodnej pozície, keď sa snažia stimulovať ekonomický rast. Pri vyjednávaní s potencionálnymi investormi musia ponúknuť lukratívnejšie podmienky, ako ponúkajú iné krajiny, aby priliahli výnosnú zákazku. Tento proces nazývame firemná diplomacia (Susan Strange et al., 1991).

Nastáva epocha globalizácie, kedy sa štát sťahuje z niektorých svojich zodpovedností a na jeho miesto nastupuje firemný sektor, koncepcia spoločensky zodpovedného podnikania by mohla byť odpoveďou na otázky týkajúce sa ochrany pred nestálosťou ekonomických síl (Aaronsen, S.A. 2002).

Motýlí efekt

V dôsledku integrácie globálnej ekonomiky môžeme naraziť na „motýlí efekt“. Klimatógovia na základe svojich štúdií tvrdia, že naše sociálne a ekonomické systémy sú navzájom tak prepletené, že malé zmeny v jednej časti môžu mať kaskádovitý efekt naprieč celým systémom. To znamená, že vzájomné prepojenie systémov môže so sebou niesť riziko a neistotu, nevyhnutnosťou tejto doby je aj manažovanie rizík, spoločensky zodpovedné podnikanie by mohlo byť toho súčasťou. (Dixon,T.H. 2000).

Zmeny v podnikaní a výrobe

Hospodársky vyspelé ekonomiky získavajú 70 a viac percent z ich HDP zo služieb, narastá význam a hodnota ľudských zdrojov. Jedna vec je manažovať hmotný majetok a druhá je manažovať veľkú skupinu zamestnancov. Manažment ľudských zdrojov, formovanie ľudského kapitálu a schopnosť viesť kolektív sú dôležitejšie ako v minulosti. Dodržiavanie princípov a aktivít zodpovedného podnikania nachádzajú odozvu u ľudí, ktorým kvalita života v práci a celkový dopad podnikania firiem, nie je ľahostajná.

Uvedomelosť spotrebiteľov

Zatiaľ síce nemôžeme hovoriť o väčšine, napriek tomu sa jedná o významné množstvo spotrebiteľov, ktorí pri nákupe tovaru zvažujú aj etické kritéria. Ľudia vedomky nechcú podporovať predaj tovaru, ktorí bol vyrobený za pomoci vykorisťovania detí. Nechcú sa ani podieľať na kúpe výrobkov, jedná sa predovšetkým o kozmetiku a drogistický tovar, ktorého kvalita išla na úkor neľudského správania voči zvieratám. Dá sa povedať, že čím viac majú ľudia informácií, tým sú pri výbere náročnejší.

Zmeny kapitálových trhov

Koncepcia spoločensky zodpovedného podnikania je čiastočne produktom demokratizácie kapitálového trhu. V rámci kapitálových trhov môžeme hovoriť skôr o spoločensky zodpovednom investovaní, vytvára tlak na firmy hľadajúce investície, aby sa správali zodpovednejšie. Korporácie, ktoré vyhlásili svoj bankrot v USA, mali dlhodobo stúpajúce ceny akcií, prudká zmena nastala až tesne pred krachom. Investori sa po tejto trpkéj skúsenosti snažia získať informácie o podnikoch, prihliadajúc okrem finančných indikátorov aj na výsledky v oblasti spoločensky zodpovedného pôsobenia podnikov.

Kultúrne zmeny

V priebehu posledných niekoľko rokov dochádza k snižovaniu dôvery spoločnosti. Určité povolania ako sú napr. lekári, profesori zaznamenávajú naopak rastúcu tendenciu spoločenskej dôvery, na druhej strane sú povolania, ako napr. politici, manažeri, u ktorých je očividný pokles dôvery spoločnosti. V reálnom svete sa nám nikdy nedostane dokonalých informácií. Podnikatelia čoraz väčšmi chápu, že vytvorenie dobrého mena leží na ich pleciach. V tomto prípade by sa opäť hnutie CSR mohlo stať aspoň čiastočným riešením, pretože okrem iného sa zameriava i na transparentný dialog medzi podnikateľskou sférou a stakeholders (Bateman, T. 2003).

3 Koncept spoločensky zodpovedného podnikania

Tri piliere koncepcie CSR, tzv. triple-bottom-line, sú tvorené oblasťou ekonomickou, enviromentálnou a sociálnou. Je žiadúce, aby zodpovedné firmy naplňovali všetky tri oblasti, každá z nich obsahuje niekoľko činností, z ktorých má podnik na výber podľa svojho zamerania.

Tabuľka 3.1 Roviny spoločensky zodpovedného podnikania

CSR aktivity	Ekonomická oblasť	Sociálna oblasť		Enviromentálna oblasť
	Transparentnosť	Zdravie a bezpečnosť zamestnancov	Sociálna integrácia	Vytvorenie recyklačného programu
	Vytvorenie etického kodexu	Vzdelávanie a rozvoj	Podpora kvality života občanov	Úspora energie, vody
	Odmietanie korupcie	Rovné príležitosti mužov a žien	Rozvoj miestnej infraštruktúry	Hospodárenie s odpadmi
	Včasné platenie faktúr	Zamestnávanie minoritných a ohrozených skupín obyvateľstva	Rozvoj zamestnanosti	Ochrana prírodných zdrojov
	Ochrana duševného vlastníctva		Rešpektovanie ľudských práv	Hospodárne balenie a preprava
	Kvalita, bezpečnosť produktov a služieb	Vyváženosť pracovného a osobného života	Odmietanie detskej práce	Súlada s normami a štandardmi (ISO, EMAS)
	Marketingová etika	Podpora prepustených zamestnancov	Firemné darcovstvo a dobrovoľníctvo	Ekologická výroba

Zdroj: Nejedly, T. (2008).

3.1 Výhody uplatňovania princípov CSR

Spoločensky zodpovedné podnikanie je dlhodobou investíciou do rozvoja firmy. Dodržiavanie zásad CSR nemá znižovať ekonomickú prosperitu podniku, práve naopak. Zaistenie ekonomickej úspešnosti pri súčasnom rešpektovaní sociálnych a enviromentálnych záujmov môže podniku priniesť konkurenčnú výhodu.

Firmy preferujú dodávateľa s dobrou povest'ou, ktorý bude schopný zabezpečiť kvalitné a bezpečné výrobky a služby. Podobne zas dodávatelia budú ochotne predávať podnikateľom, ktorí budú za dodané výrobky a služby platiť včas a budú sa k nim vracat'.

Miestna komunita a široká verejnosť iste ocení istotu, že podnik funguje v mieste svojho podnikania zodpovedne v oblasti ekologickej i sociálnej. V Českej republike je aktuálne veľmi žiadaným faktorom u zamestnancov korporácii pracovať pre spoločnosť, ktorá dostatočne ocení ich prácu a môžu byť na ňu patrične hrdí.

Podmienkou realizácie pridanej hodnoty, ktorú by mal priniesť koncept CSR, je zapracovanie princípov spoločensky zodpovedného podnikania do stratégie firmy, rovnako ako aj jeho vhodná propagácia. Propagátori a garanti spoločensky zodpovedného podnikania vidia v CSR modernú verziu strategického riadenia firmy a hnacu silu konkurencieschopnosti.

Často nepochopený pojem CSR sa stretáva i s negatívnymi či prinajmenšom skeptickými reakciami. Niektorí ju vnímajú ako idealistickú verziu, ktorá sa snaží dávať starým veciam nové mená, iní v ňom vidia snahu o potlačenie liberálnych tržných princípov. Nech je pravda akákoľvek, je jasné, že treba i v prípade koncepcie CSR vymedziť pojmy a správne ju implementovať.

Spoločensky zodpovedné podnikanie, je v súčasnosti radou odborníkov považované za podstatnú súčasť koncepcie udržateľného rozvoja pre 21. storočie. Tí sú presvedčení, že spoločensky zodpovedné podnikanie je vhodnou reakciou na výzvy, ktoré pred spoločnosť i jednotlivca stavia fungovanie tržného hospodárstva v modernom globalizovanom svete.

V reakcii na tieto pripomienky sa začali realizovať výskumy, ktorých cieľom bolo odhaliť, či aktivity spoločensky zodpovedného podnikania prinášajú určité výhody alebo nie, či sa mu do nich oplatí investovať alebo nie.

V súčasnosti sa väčšina teoretikov i výskumníkov zhoduje na tom, že dodržiavanie princípov CSR prináša tieto výhody (Placet, M.; Anderson, R.; Flower, K.M. 2005):

- ✓ väčšia príťažlivosť pre investorov, príležitosť pre inovácie
- ✓ odlišenie od konkurencie, väčší potenciál rozlíšenia značky zákazníkom
- ✓ zvýšenie zisku, prístup k dodatočnému kapitálu
- ✓ zníženie nákladov, resp. zvýšenie hospodárnosti
- ✓ zlepšenie image firmy, posilená dôveryhodnosť podniku
- ✓ zvýšenie obratu a loajality zákazníkov
- ✓ zvýšenie produktivity a loajality zamestnancov
- ✓ zmenšenie nákladov na risk management
- ✓ možnosť prilákať a udržať si kvalitných zamestnancov
- ✓ dialóg a budovanie vzťahov dôvery s okolím, z toho vyplývajúce vzájemné pochopenie
- ✓ znížené riziko bojkotov a stáviek, trvalo udržateľný rast firmy
- ✓ priame finančné úspory spojené s ekologickou praxou

Zvýšenie zisku

Táto výhoda plynúca z uplatňovania koncepcie CSR patrí k jedným z najrozporupnejších vôbec. Skutočnosťou je, že aktivity CSR prispievajú k zvýšeniu zisku firmy nepriamo. K podobnému záveru dochádzajú výskumníci z Harvardskej univerzity. Tí poukazujú na to, že firmy, ktoré pri svojich podnikateľských aktivitách berú v úvahu záujmy vrtných záujmových skupín, vykazujú štyrikrát väčšie tempo rastu než podniky, ktoré sa sústreďujú iba na uspokojovanie záujmov svojich akcionárov.

Prístup k dodatočnému kapitálu

Narastá záujem o spoločensky zodpovedné investovanie. To zrejme súvisí s tým, že investície do firiem aplikujúcich princípy CSR sú menej rizikové a schopné väčšieho než priemerného zhodnotenia, čo je v čase náhlych krachov do tejto doby veľmi úspešných firiem,

podstatná informácia. Záujem investorov o koncept CSR dokazuje aj fakt, že sa jedny z najznámejších verzií burzových indexov rozširujú i o verzie zahrnujúce práve politiku CSR, príkladom môže byť Dow Jones Sustainability Index.

Zníženie nákladov

Aktivity spoločensky zodpovedného investovania vyžadujú vynakladanie finančných prostriedkov, avšak na strane druhej tie isté aktivity prinášajú so sebou inovácie, ktoré môžu pomôcť podniku znížiť náklady, resp. zvýšiť hospodárnosť. Jednoznačne preukázateľné náklady nazývame explicitné. Proaktívne správanie, ku ktorému nabáda koncept CSR môže v dlhodobom horizonte znížiť náklady, či zvýšiť hospodárnosť, i keď v krátkodobom merítku náklady skôr zvyšuje.

Zlepšenie image firmy

K jedným z mnoha podporujúcim výskumom tohoto tvrdenia patrí výskum Market & Opinion Research International vo Veľkej Británii, ktorý dospel k záveru, že “zavedenie dlhodobých spoločensky zodpovedných postupov pomáha podnikom zlepšovať brand identity a stať sa viac konkurencieschopnými”.

Zvýšenie obratu a loajality zákazníkov

Spoločensky zodpovedné podniky nesú so sebou potenciál osloviť zaujímavú skupinu ľudí, ktorí sú ochotní za výrobok zodpovednej firmy zaplatiť viac. Súčasne sú títo spotrebitelia oveľa loajálnejší, pretože ich pohnútky k nákupu nie sú založené na cenovej výhodnosti produktu, ale na ideovej základne. Následujúca tabuľka ukazuje respondentov, ktorí by si boli ochotní za ekologický výrobok priplatiť vzhľadom k ich dosiahnutému vzdelaniu (Bussard, A.; Markuš, M.; Bunčák, M.; Marček, E.; Mazurkiewicz, P. 2005).

Tabuľka 3.2 Vzdelanie respondentov a ich ochota priplatiť si za ekologický výrobok

Vzdelanie	%
Základné	65
Vyučenie	72
Maturita	77
Vysoká škola	81

Zdroj: JEŘÁBKOVÁ, V. HARTL, J. Společenská odpovědnost firem. s. 32

K podobnému záveru došla aj štúdia vedená Hillardom. Jeho vzorkom bolo cez 4000 Európanov starších 15 rokov a dospel k tomu, že „86 % Európanov by radšej nakupovalo od firmy, ktorá sa podieľa na aktivitách, ktoré majú pomôcť zlepšiť spoločnosť“ (ROCHLIN, S.; A. CHRISTOFFER, B. 2000).

Možnosť prilákať a udržať si kvalitných zamestnancov

Toto tvrdenie sa zhoduje aj so závermi šetrenia vykonaného americkou asociáciou MBA študentov Net Impact. Tá uvádza, že viac než 50 % absolventov by podľa svojich slov pracovalo pre spoločensky zodpovedný podnik i za cenu nižšieho príjmu. Pokiaľ sú aktivity CSR zamestnancom spoločnosti jasne vysvetlené a tí ich nepovažujú za zbytočné plýtvanie zdrojmi, potom vedú k zvýšeniu hrdosti na príslušnosť k danej korporácii a k zvýšeniu dôvery v podnik.

Zníženie nákladov na risk management

Následok podnikov chovajúcich sa proaktívne je taký, že tieto firmy sa snažia predchádzať rizikám vyhľadávaním potencionálnych miest ich vzniku, a takisto realizovať opatrenia, ktoré by neviedli k vzniku rizík. Tvrdenie sprevádza i dokumentácia firiem, ktoré majú za sebou negatívnu skúsenosť pri nerešpektovaní niektorých základných aktivít CSR. Ako príklad býva najčastejšie uvedená spoločnosť Nike a ich zlý prístup k zamestnancom v továrňach v Ázii.

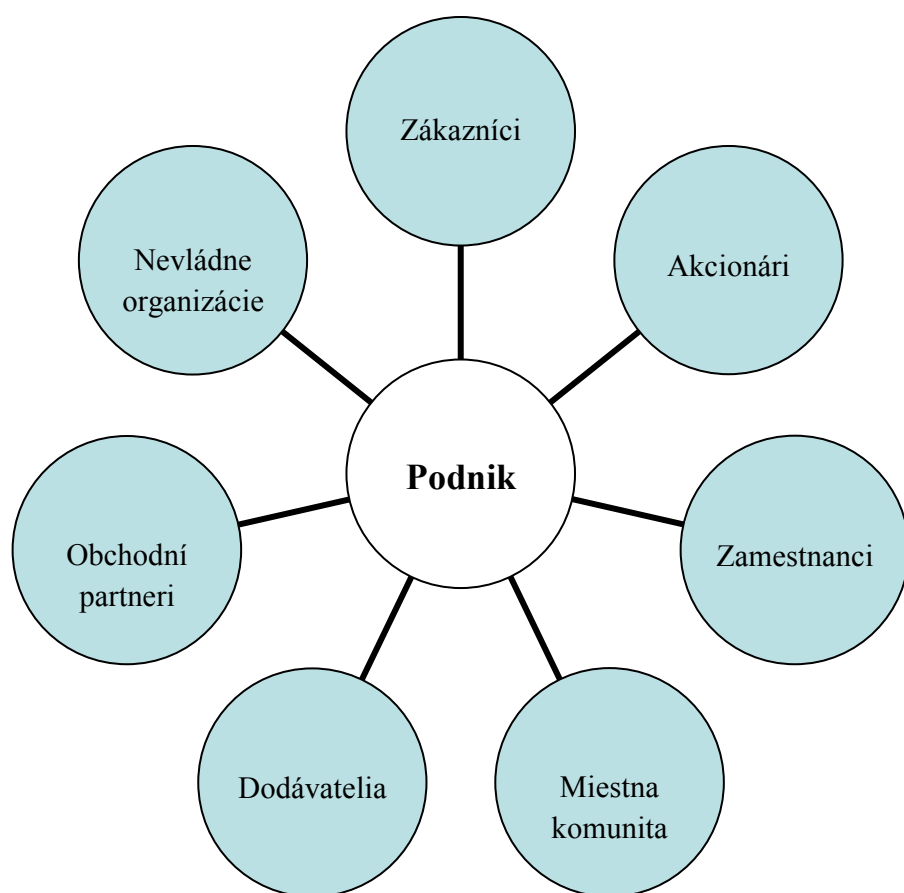
Držanie kroku s požiadavkami trhu

Na zistenie požiadaviek trhu a jeho subjektov je nutná intenzívna komunikácia so všetkými dôležitými záujmovými skupinami spoločnosti. Inak by sa mohlo stať, že tieto požiadavky zostanú podniku skryté. Komunikácia môže viesť k rôznym inováciám, ktoré by mohli firme zaistiť trvalo udržateľný rast.

3.2 Stakeholders

Daný pojem pochádza z oblasti byznysu a chovania organizácii zo začiatku 80. rokov 20. storočia. V tomto čase vyplynul na povrch názor, že i externí aktéri majú právo prejavíť záujem, a tým ovplyvňovať správanie a ciele organizácie. Obecne môžeme ako stakeholdera označiť „akúkoľvek skupinu či jedinca, ktorý môže ovplyvňovať a je súčasne ovplyvnený realizáciou cieľov organizácie“ (Ministerstvo školstva, mládeže a telovýchovy. 2006).

Graf 3.1 Identifikácia stakeholders



Zdroj: TRNKOVÁ, J. (2004).

V súvislosti s princípmi dobrej praxe by sa mal podnik snažiť vybudovať vzťah dôvery medzi ním a kľúčovými stakeholders, a to sústavným záujmom o nadviazanie spolupráce s nimi. Podnik by mal vedieť, ktorí stakeholders sú pre neho najdôležitejší, preto je žiadúce si pred samotným zahájením konceptu CSR položiť pár otázok:

- Kto sú Vaši stakeholderi?
- Aký vplyv majú na firmu?
- Čo od Vás očakávajú?
- Ktorí z nich sú naozaj tí kľúčoví?

Podnikanie v súvislosti s aktivitami spoločenskej zodpovednosti znamená taktiež zladenie firemných záujmov a požiadaviek okolia. Po identifikácii kľúčových stakeholderov je potrebné zvážiť, akým spôsobom a do akej miery jednotlivé skupiny zapojiť. Spolupráca podniku so svojimi kľúčovými partnermi by mala viesť k situácii win-win, kedy je dosiahnuté obojstrannej spokojnosti.

Tabuľka 3.3 Úroveň očakávaní stakeholders

Úroveň očakávaní	Vysoká	Priemerne informovať	Viesť dialóg
	Nízka	Odpovedať na otázky	Zaistiť spokojnosť
		Nízka	Vysoká
		Úroveň vplyvu na podnik	

Zdroj: STEINEROVÁ, M. (2008).

Možné spôsoby zapojenia firemných stakeholderov:

- ✓ neformálne stretnutie
- ✓ online diskusné fórum
- ✓ organizácia spoločných projektov
- ✓ dotazníkové šetrenie

3.2.1 Dialóg so stakeholders

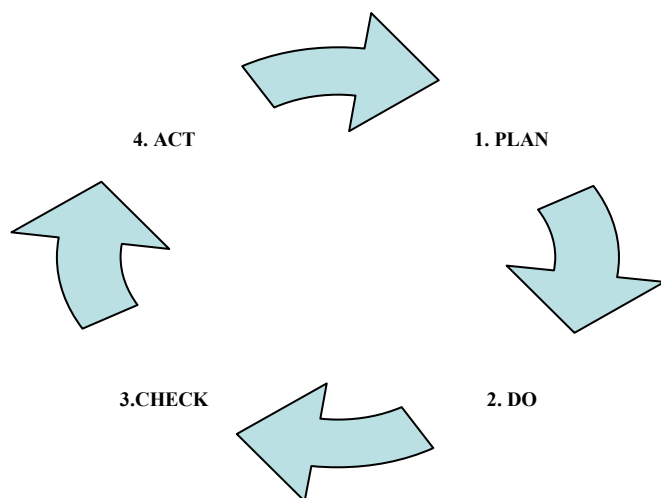
Po identifikácii dôležitých záujmových skupín je nutné spraviť opatrenia, ktoré by viedli k začatiu dialógu so stakeholders. Podnik musí byť otvorený voči novým pohľadom a postojom, pokiaľ berie zodpovedné podnikanie naozaj vážne. Je pravdepodobné, že niekedy bude dialóg viac či menej zložitý. Avšak pokiaľ je vedený rozumne a s dobrou vôľou, je veľký predpoklad, že budú nájdené styčné body a posílená vzájomná dôvera.

V tom najideálnejšom prípade môže viesť v partnerstvách medzi jednotlivými sektormi, a to súkromným, verejným a občianskym (tzv. cross-sector partnership). Možným pozitívnym výsledkom dialógu podľa Franca, Nezhybu a Heydenreichovej (2006) so zainteresovanými skupinami je šírenie dobrých praktík, vzájomná inšpirácia a motivácia. Najzreteľnejším príkladom sú dodavateľsko-odberateľské vzťahy, pokiaľ je odberateľom firma aplikujúca systém CSR a bude to isté požadovať aj od svojich dodávateľov. Jedná sa o dobrý spôsob na šírenie dobrých praktík (Trnková, J. 2004).

Kedy je potrebné zapojiť stakeholders?

Podľa významnosti jednotlivých záujmových skupín bude spolupráca s nimi rôzne intenzívna. I nástroje CSR budú pre vyššie uvedené skupiny značne rozdielne, a to aj v rámci troch základných pilierov (ekologický, ekonomický, sociálny). Metóda PDCA môže byť použitá vďaka svojej aplikovateľnosti na zavádzanie konkrétnych nástrojov CSR pre skupiny stakeholders spoločnosti. Model PDCA je systém postupného zavádzania o jednotlivých bodoch :

Obrázok 3.1 Cyklus PDCA



Zdroj: (Prskavcová M. 2008)

1. PLAN

Prvou úlohou podniku v tejto fázi by malo byť určenie kľúčových záujmových skupín, v prvej etape zostavovanie dialógu by sa malo vychádzať z potrieb stakeholderov. Tie predstavujú bohatú studňu podnetov pre firmu, ďalším krokom je nadefinovanie aktivít CSR, ktoré platia pre jednotlivé skupiny stakeholders.

Je vhodné vypracovať akčný plán, ktorý by obsahoval analýzu súčasného stavu firmy (vykonávané CSR akcie podniku, prostriedky ku komunikácii, spresnenie informácií, čo sa zodpovedností a právomocí týka, vynaložené finančné zdroje a očakávané výhody zapojenia ďalších princípov CSR) i okolia (prieskum nástrojov CSR aplikovaných konkurenciou, možné nových podnetov, ako napr. technologický rozvoj, nová legislatíva). Poslednou etapou by malo byť stanovenie cieľov firmy, tie by mali byť v súlade s podnikovými hodnotami. Ešte jedna poznámka na záver, v praxi to vyzerá tak, že korporácie vyhodnocujú svoju úspešnosť či neúspešnosť najčastejšie po jednom roku zavedenia koncepcie CSR.

2. DO

Pred samotným zavedením akčného plánu do praxe je nutná komunikácia s určenými stakeholders a vysvetlenie nutnosti kooperácie oboch strán. Nasleduje samotná implementácia plánu do každodennej podnikovej praxe.

3. CHECK

V tejto etape podnik vykonáva monitoring a následný reporting kompletného obrazu výkonu CSR aktivít. Výkon hodnotíme prostredníctvom kvalitatívnych i kvantitatívnych ukazateľov (napríklad počet dodávateľov, ktorí sa zapojili do projektu, celková suma vynaložená na podporu projektov, nové formy vzdelávania pre zamestnancov atď.), ktoré boli stanovené v časti PLAN. Fáza zdieľovania informácií o naplnení či nenaplnení stanovených cieľov stakeholderom, je viac než žiadúca. Už len z dôvodu tvorby cieľov nových na ďalšie obdobie v súčinnosti s vybranými záujmovými skupinami.

4. ACT

Posledný krok implementačného cyklu sa týka zlepšovania výkonu CSR akcií, rozširovania pôvodných aktivít (príprava e-learningových kurzov, umožniť zamestnancom podieľať sa na

podporených projektoch) či celkovej zmeny koncepcie CSR , pokiaľ podniku zaistí zefektívnenie celého procesu.

Všetky firmy sa navzájom líšia rozdielnymi skupinami stakeholderov, taktiež je rozdielna významnosť určených skupín pre podnik. Spoločensky zodpovedné podnikanie spoločností by malo začínať definovaním stakeholderov a nájdením cesty, ako zladať očakávania oboch strán. Implementačný cyklus koncepcie CSR je vhodnou metódou, ktorá podniku môže priniesť chýbajúce informácie ohľadom determinovania politiky CSR (Prskavcová M.; Maršíková K.; Řehořová P.; Zbránková M. 2008).

3.3 CSR a jeho vzťah k podobným oblastiam

Corporate Citizenship

Spoločensky zodpovedné podnikanie sa často zameňuje s pojmom, akým je „corporate citizenship“, zelená kniha EÚ ho definuje ako „vytváranie a dlhodobé budovanie dobrých vzťahov medzi firmou a jej okolím, či už v lokálnom alebo v globálnom kontexte“ (Zelená kniha. Európska Únia. 2001).

Trvalo udržateľný rozvoj

„Trvale udržateľný rozvoj je taký spôsob rozvoja, ktorý uspokojuje potreby prítomnosti, a pritom neoslabuje možnosti budúcich generácií naplňovať ich vlastné potreby“ (Naša spoločná budúcnosť. Organizácia spojených národov. 1993). Táto definícia obsahuje prvok zodpovednosti voči budúcim generáciám, naráža tak na ľudskú rozpínavosť obmedzujúcu charakter prírody a jej prirodzené procesy.

Firemná filantropia

Dalo by sa povedať, že firemná filantropia je fenomén súčasnej doby. Transformuje systém jednorázového náhodného prispievania na stratégiu cielených, dlhodobu a rozvojovo orientovaných projektov. Firmy by mali poskytovať nielen kvalitné a bezpečné výrobky. Mali by si vedieť vybudovať silné miesto i medzi svojimi zákazníkmi, k čomu môže poslúžiť práve firemná filantropia, ako modernejšia verzia komunikácie s okolím (Firemná filantropia. Prodonum. 2008).

Altruizmus

Ako altruistické býva označované chovanie jedinca, ktorý je ochotný obetovať určitú časť svojho komfortu v prospech spoločnosti. Táto vlastnosť sa javí ako veľmi prospešná, avšak v našej modernej spoločnosti sa vyskytuje čoraz ojedinelejšie a altruistický jedinec býva vystavovaný posmechu zo strany egoistickejších jednotlivcov. Dôvody by mohli spočívať v zmene životného štýlu, raste konzumu a v skladbe spoločnosti.

Corporate Governance

Daný pojem sa používa väčšinou pre riadenie a správu obchodných spoločností, predovšetkým akciových. Jedná sa o systém, ktorým sú tieto spoločnosti riadené a kontrolované (Putnová, A.; Seknička, P.; Uhlář, P. 2006). Jedná sa o súbor právnych a exekutívnych metód a postupov, ktoré zaväzujú hlavne verejne obchodovateľné spoločnosti udržiavať vyvážený vzťah medzi spoločnosťou a tými osobami, ktoré ju tvoria.

Podnikateľská etika

Etika ako vedná disciplína sa snaží o nájdenie správneho jednania, snaží sa o nájdenie toho, čo máme „činiť na základe svojho rozumového vhľadu, a teda v súlade so svojím myslením (ČANÍK, P. 2007). Podnikateľská etika sa zaoberá primeraným správaním podnikateľských subjektov, svoju pozornosť však viac zameriava na jednotlivcov. Treba dodať, že etika v podnikaní sa stále vyvíja, postupne dochádza k špecifikácii dôležitých oblastí podnikanie – napríklad manažerská etika..“ považujeme také úsilie pracovníkov, ktoré premieta zásady etiky do všetkých fáz rozhodovania a riadiacej práce (BLÁHA, J. 2001).

Sociálna politika podniku a sociálna firma

Sociálna politika je nástroj podniku k vytvoreniu spokojnosti zamestnancov. Zamestnanecké benefity, starostlivosť o zdravie zamestnancov je zahrnuté do koncepcie sociálnej politiky.

Pojem sociálna firma súvisí s ochotou a snahou firmy vytvoriť pracovné podmienky pre znevýhodnené skupiny ľudí na pracovnom trhu a poskytovať im za to primeranú plácu .

Vo všeobecnosti sa dá povedať, že idea trvalej udržateľnosti a podnikateľskej etiky sú základným kameňom, na ktorom by mala stáť civilizovaná spoločnosť. Dané pojmy, ktoré sú

s koncepciou CSR často zamieňané, bývajú uvedené ako súčasť celého hnutia CSR, rozdelené do jednotlivých piliérov, či už ekonomického, sociálneho alebo enviromentálneho.

3.4 Argumenty pre CSR

Argumenty podporujúce koncepciu CSR by sme mohli rozdeliť do dvoch táborov – morálne a ekonomické.

3.4.1 Morálne argumenty pre CSR

Behom poznania, že profit je nutný pre existenciu akejkoľvek podnikateľskej jednotky, by sa mali všetky spoločenské skupiny usilovať o pridávanie hodnoty a zlepšovania životných podmienok. Firmy sa spoliehajú na spoločnosť, v rámci ktorej podnikajú, pretože nedokážu prosperovať v izolácii. Potrebujú infraštruktúru, ktorou spoločnosť ovplyvuje, jej zdroje zamestnancov, nezmieňujúc sa o jej spotrebiteľskej základni.

CSR vo všeobecnosti reprezentuje vzájomne závislý vzťah medzi korporáciou a širšou komunitou, v rámci ktorej firma podniká. Je to uznanie na strane byznysu, že „pre-ziskové“ jednotky neexistujú vo vákuu, že veľká časť všetkého úspechu, ktorému sa podniky tešia, je predovšetkým zapríčinená kooperáciou so spoločnosťou samotnou (Vlastný preklad).

„Účelom podnikania nie je dosahovať zisk, neprestajne. Ide o dosahovanie zisku, tak aby organizácia mohla robiť niečo viac alebo niečo lepšie. To „niečo“ sa stáva reálnym odôvodnením pre obchod... Jedná sa o otázku morálky“ (Handy, CH. 2002. Vlastný preklad).

Zastánci hnutia CSR veria, že cieľom každého ekonomického systému by malo byť dosiahnutie všeobecného sociálneho blahobytu.

3.4.2 Ekonomické argumenty pre CSR

Zastánci tohoto tvrdenia veria, že koncepcia CSR predstavuje celistvý prístup k podnikaniu, a preto účinná CSR politika bude naplňovať všetky aspekty obchodných operácií. V dnešnom značkami ovládanom trhu je CSR prostriedkom k spojeniu podnikateľských aktivít so stakeholders hodnotami a požiadavkami. Príkladom môžu byť zákazníci spoločnosti: CSR pridáva hodnotu, pretože dovoľuje firmám lepšie reflektovať hodnoty tohoto dôležitého článku, ktorému si podnik kladie za cieľ slúžiť.

CSR pokrýva všetky aspekty denno-denných obchodných aktivít. Všetka činnosť, ktorú firma vykonáva nejakým spôsobom súvisí s jednou či viacerými záujmovými skupinami podniku. Korporácie v dnešnej dobe potrebujú založiť odolnú, silnú značku, ktorá by rešpektovala všetkých stakeholders. Či už ako zamestnávateľ, výrobca, nákupca alebo dovozca, atraktivita a úspech firmy dneška je priamo spojená so silou svojej značky. CSR ovplyvňuje všetky aspekty operácii v rámci firmy z dôvodu nutnosti poznania potrieb všetkých záujmových skupín (Encyclopedia of Business. Reference for Business. 2010. Vlastný preklad)..

3.5 Argumenty proti CSR

Jednou z komplikácií pri posudzovaní argumentov „pre“ a „proti“ koncepcii CSR je i nejednotnosť definície spoločenskej zodpovednosti. Ja by som sa priklonila k definovaniu zodpovednosti, s akou podnik vykonáva svoje podnikateľské aktivity v súvislosti s jeho stakeholders skupinami, nielen jednoducho k tomu, ako podnik finančne podporuje charitatívne projekty.

Najčastejšie používané tvrdenia, ktoré sa stavajú proti používaniu koncepcie CSR a nižšie uvedené možné odpovede na ne:

- ✓ spoločnosti sú vlastnené ich akcionármi, tým pádom sú peniaze vydané managementom firmy na CSR aktivity, krádežou majetku právoplatných majiteľov
- ✓ firmy sú príliš zaneprázdnené tým, aby prežili ťažké časy, musia sa sústrediť na hlavnú činnosť podnikania, nemôžu si dovoliť nesledovať tento cieľ
- ✓ jedná sa skôr o zodpovednosť politikov zaoberať sa týmito aktivitami, nie je povinnosťou podnikov účastniť sa tejto zodpovednosti

Spoločnosti sú vlastnené ich akcionármi, tým pádom sú peniaze vydané managementom firmy na CSR aktivity, krádežou majetku právoplatných majiteľov.

Východiskom tohoto argumentu je predpoklad, že spoločnosti neprávom vynakladajú na rôzne CSR aktivity finančné prostriedky patriace akcionárom firmy. Koncepcia CSR pojednáva o tom, ako si vybudovať vzťah so zákazníkmi, o prilákaní a udržaní nadaného

personálu, o riadení rizika a o budovaní dobrého mena. Máloktorá spoločnosť by riskovala dobrú povesť, ktorá predstavuje veľkú časť toho, čo akcie firmy reprezentujú.

V každom prípade, pokiaľ boli akcionárom priznané vlastnícke práva v plnej miere, dalo by sa očakávať, že budeme svedkami „vyrovnávajúcej“ zodpovednosti za kroky prijaté podnikmi, ktorých vlastníckmi sú títo akcionári. Odkedy si väčšina majiteľov akcií svoju zodpovednosť neuvedomuje, ostáva už iba na vedení podniku, prijať za nich túto zodpovednosť.

Firmy sú príliš zaneprázdnené tým, aby prežili ťažké časy, musia sa sústrediť na hlavnú činnosť podnikania, nemôžu si dovoliť nasledovať tento cieľ.

Správa spoločensky zodpovedného podnikania je ako každý iný aspekt riadenia podnikania. Pokiaľ proces riadenia spoločenskej zodpovednosti donúti spoločnosť prestať sa orientovať na hlavný predmet podnikania. Problémom nie je, že sa vykonáva viac vecí naraz, prekážkou môže byť, že aktivity sú vykonávané nesprávne. Precízne spracovaná CSR stratégia podporuje obchodné ciele firmy, buduje vzťah s kľúčovými stakeholders skupinami, ktorých stanovisko bude veľmi hodnotné, obzvlášť ak nastanú ťažké časy.

Jedná sa skôr o zodpovednosť politikov zaoberať sa týmito aktivitami, nie je povinnosťou podnikov účastniť sa tejto zodpovednosti.

V určitých oblastiach je tomu skutočne tak, i keď je to čím ďalej ťažšie udržateľné. Všetky inštitúcie, ktoré sú v súčasnosti najsilnejšími v celosvetovom merítku, sú v podstate globálnymi hráčmi, či už sa jedná o nadnárodné korporácie alebo nevládne organizácie. Inštitúcie, ktoré strácajú na sile a vplyve, sú viazané na jurisdikciu štátu – vlády predovšetkým. Je žiadúce, aby nadnárodné spoločnosti prevzali hlavnú úlohu v tvorbe riešení takých problémov, kde vlády nie sú schopné dosiahnuť kooperatívne riešenie. Mnoho spoločností trávi veľa času a vynakladá finančné prostriedky, snažiac sa ovplyvňovať formovanie verejnej politiky v oblasti ich záujmu.

Záujmová oblasť korporácii sa môže pohybovať vo veľkom rozmedzí, od medzinárodných zmlúv o zmene klímy, až po národnú politiku v oblasti zdravia (napr. v spojení s fajčením), faktom je, že lobbovacie aktivity spoločností ukazujú, že zodpovednosť jednoducho majú. A pokiaľ lobbovanie zahŕňa blokáciu právnych predpisov, ktoré slúžia čisto za účelom dosahovania zisku v krátkodobom merítku, potom je firma na veľmi riskantnej pôde.

Pokiaľ je stratégia CSR o určitej úcte k zákonom a plateniu daní, potom je zrejme vyššie uvedené tvrdenie správne. Ak je však CSR o riadení požiadaviek a očakávaní zákazníkov, akcionárov, miestnej komunity, vlád a nevládných ekologických organizácii, ak sa týka riadenia rizík, dobrého mena firmy a investícií do komunitných zdrojov, potom je toto tvrdenie nezmysel (Baker, M. 2008. Vlastný preklad).

Zhrnutie teoretickej časti

V prvej polovici minulého storočia sa začali objavovať prvé zmienky o koncepcii spoločenskej zodpovednosti. Jednalo sa však skôr o zodpovednosť podnikateľov než samotných firiem. Títo sa venovali podnikovému sponzoringu a vykonávali prospešnú činnosť pre miestnu komunitu. Záujem o danú tému narastá až v druhej polovici 20. storočia, kedy vzrástol i počet definícií. Každé pomenovanie koncepcie CSR má niekoľko zhodných znakov, a to dobrovoľnosť, spoluprácu so stakeholders firmy a dôraz na rozvoj, nie len rast.

Osobne považujem správanie firiem za zodpovedné vtedy, ak vyjadria záväzok zvážiť dopad svojej činnosti na celú spoločnosť. Zároveň je žiadúce prijímať opatrenia, ktoré prispievajú k trvalo udržateľnému rozvoju. Častokrát býva pojem CSR zamieňaný za firemnú filantropiu, či chovanie sa v súlade so zákonmi. V tomto prípade však postrádame vyššie zmienený prvok dobrovoľnosti, čiže sa nejedná o samotné uplatňovanie princípov dobrej praxe.

Zásľuhu na rozšírení povedomia o spoločensky zodpovednom podnikaní majú i určité hnacie mechanizmy. Môžem spomenúť technický pokrok, vďaka ktorému je komunikácia čoraz rýchlejšia. Podniky majú tým pádom menej možností svoje nekalé praktiky zachovať v tajnosti. Schopnosť viesť zamestnancov a formovať ich je dnes viac cenená, ako bola v minulosti. Preto praktiky CSR uplatňujú jedinci, pre ktorých je kvalita pracovného prostredia a celková image firmy dôležitá. Stále pribúda počet uvedomelých spotrebiteľov, ktorí pri výbere produktov ponúkaných na trhu berú do úvahy i podmienky, za akých bol tovar vyrobený. Čím viac sú zákazníci o výrobkoch informovanejší, tým vyššie nároky na ne majú.

Koncept spoločensky zodpovedného podnikania sa zakladá na troch pilieroch, a to ekonomickom, sociálnom a environmentálnom. Každá jedna oblasť zahŕňa niekoľko aktivít, čiže záleží len na voľbe podniku, ktorá z nich je preň najvhodnejšia. V rámci ekonomického aspektu to môže byť vytvorenie etického kodexu, včasné platenie faktúr alebo zabezpečenie kvality produktov. Sociálna oblasť obsahuje činnosti ako sú napríklad odmietanie detskej práce alebo rešpektovanie ľudských práv. Ekologický piliér ponúka na výber aktivity typu tvorba recyklačného programu, úspora vody a energie či ochrana prírodných zdrojov.

Uplatňovanie princípov koncepcie CSR môže podniku priniesť určité výhody. V tejto dobe, kedy sme všetci boli svedkami krachu úspešných spoločností, vzrástol záujem o spoločensky zodpovedné investovanie. Príčinu možno vidieť v tom, že investície smerujúce do podnikov, ktoré sa správajú zodpovedne, nesú so sebou menšie riziko. Investori začínajú brať na zreteľ burzové indexy, ktoré v sebe obsahujú i aspekty dobrej praxe. Punc spoločensky zodpovedného podnikania prináša so sebou možnosť zaujať skupinu ľudí, ktorí pri kúpe produktov a služieb zvažujú i etické kritéria. To znamená, že prioritou pre týchto zákazníkov nie je cenová výhodnosť. Tým pádom môže firma zaujať takýchto spotrebiteľov svojím zodpovedným správaním, založeným na myšlienkovvej zhode so svojimi zákazníkmi. Podnik tak môže získať loajálnych odberateľov.

4 Analýza postoja k jednotlivým oblastiam spoločenskej zodpovednosti firiem v Českej republike a v zahraničí

Interakcia medzi firmami a spoločnosťou v Európe je vytváraná ekonomickou, politickou, kultúrnou rôznorodosťou krajín v rámci celého svetadiela. Vývoj CSR v Európe bol ovplyvnený jednak proaktívnymi stratégiami prijatých priekopníckymi podnikmi, európskymi inštitúciami a vládou jednotlivých členských krajín, tak i vonkajším tlakom, ktorý bol vyvíjaný zo strany stakeholders skupín.

Myšlienka toho, že podniky prispievajú k sociálnemu blahobytu nad rámec svojich zákonných povinností má v Európe dlhú tradíciu. V druhej polovici 20. storočia bola zdôraznená úloha štátu, ako primárneho poskytovateľa sociálnej starostlivosti. Zatiaľ čo od firiem sa očakávalo, že si budú plniť svoje povinnosti, hlavne v oblasti dodržovania legislatívy, odvodu daní a poskytovania zamestnania.

Behom posledných pár dekád sa ekonomické, politické a spoločenské faktory postarali o to, že sa pomyselné hranice medzi verejným a súkromným sektorom začali prelínať, a taktiež došlo k zmene ich úloh v spoločnosti. V krajinách strednej a východnej Európy sociálne a ekologické problémy priťahovali vždy menej pozornosti než rozsiahle ekonomické problémy v súvislosti s prechodom na tržné hospodárstvo.

Sú to hlavne podniky samotné, často medzinárodné korporácie, i obchodné inštitúcie, ktoré sú agentmi zmeny. Koncepcia CSR bola väčšinou vedená veľkými podnikmi, i cez tento fakt je 99 percent firiem v Európe malé a stredné podniky (Rozvojový program spojených národov. Baseline Study on CSR Practices in the New EU Member. 2007. Vlastný preklad).

Ekonomicky vyspelé regióny sa potýkajú s rozdielnymi CSR výzvami, ako regióny nestabilné, rozvojové. K rozvoju koncepcie CSR vedie i rastúci záujem o obchodné príležitosti spojené s inováciami, ktoré prináša práve CSR, a taktiež rastúce očakávania stakeholders skupín. Jedným z dôsledkov finančnej a hospodárskej krízy je aj úpadok dôvery verejnosti v podnikateľov, v obchod. Úverová kríza a následná recesia len zdôraznili potrebu znovuobnoviť dôveru spoločnosti v podnikanie a formovanie viac zodpovednej a udržiteľnej fungujúcej ekonomiky.

V rámci konkrétnych zemí je veľmi rozdielna úloha vládnych organizácií, niektoré ministerstvá síce pracujú s koncepciou CSR, avšak problémom je, že nikomu nie sú pridelené vedúce role. Neziskový sektor vníma podniky, ako možný zdroj financovania, ale majú obmedzené možnosti, čo sa týka vyvíjania tlaku na firemný a vládny sektor.

Podniky sa nemusia zodpovedať ani médiám, pretože tie nedostatočne monitorujú nezodpovedné podnikateľské praktiky. Hnutie CSR býva vnímané ako súčasť sponzoringu a firemnej filantropie, ako dodatok k predmetu podnikania firmy. Väčšia časť nadnárodných korporácií vydáva výročné správy v globále, nie v zemi svojho podnikania, nepublikuje správy o politike CSR.

Vybrané krajiny strednej a východnej Európy

V každej zemi v tejto časti Európy by sme mohli definovať pár indikátorov v rámci súboru oblastí, ktoré hovoria o úrovni výkonnosti politiky CSR.

Tabuľka 4.1 Súbor indikátorov výkonnosti politiky CSR

Politicko-právne prostredie	Občianska komunita	Reporting a uplatňovanie štandardov
Existencia subjektu na vládnej úrovni, ktorá by bola zodpovedná za koncept CSR	Články o CSR praktikách publikovaných v hlavných národných médiach	Úroveň zavedenia publikovania informácií o praktikách CSR
Definovaná národná stratégia CSR	Existencia inštitúcií ponúkajúcich kurzy CSR	Úroveň zavedenia štandardov ISO 14001, certifikácie systému enviromentálneho managementu
Partnerstvo medzi vládny, firemným a neziskovým sektorom	Existencia odborných výskumov v oblasti CSR	Kvalita implementovania iniciatívy Global Compact, ktorej cieľom je zvyšovať spoločenskú zodpovednosť firiem

Zdroj: CSR praxe v nových zemích EU a kandidátskych zemích. Business Leaders Forum (2007).

Na základe takto definovaných oblastí je možné vykonať porovnanie jednotlivých krajín.

V **Maďarsku** bol ustanovený riaditeľ na vládnej úrovni, ktorý je zodpovedný za koncept CSR, celkovo je legislatíva krajiny nastavená tak, aby podporovala aktivity zodpovedného podnikania. Za posledný rok bol evidovaný zvýšený počet článkov o hnutí CSR, čo sa univerzitnej pôdy týka, tie ponúkajú záujemcom kurzy etiky obchodovania. Vo firemnom sektore sa javí byť mínusom nedostatočná aktivita v publikovaní podnikových správ o CSR. Na druhej strane viac než 1000 spoločností je držiteľom certifikácie ISO 14 001.

Slovenská republika má definovanú národnú stratégiu udržateľného rozvoja, avšak narozdiel od svojich južných susedov tu chýba ďalšia podpora zo strany vládnych inštitúcií. Univerzity ponúkajú kurzy spoločensky zodpovedného podnikania, ktoré majú zakomponované vo svojich programoch vzdelávania. Rada organizácií aktívne podporuje praktiky CSR, príkladom môže byť Pontis. S podobným výsledkom ako v Maďarsku vyšla Slovenská republika v oblasti publikovania firemných správ, čo sa držiteľov štandardov ISO 14 001 týka, v tejto krajine ich je len okolo troch stoviek.

Ďalšou krajinou, ktorá sa výskumu zúčastnila, je **Poľsko**. Rovnako ako aj Slovenská republika má definovanú národnú stratégiu udržateľného rozvoja, ale akákoľvek ďalšia podpora na vládnej úrovni chýba. Univerzity taktiež ponúkajú vzdelávacie programy, ktoré šíria praktiky zodpovedného podnikania. Certifikáty ISO 14 001 má podobne ako v Maďarsku, okolo tisíc firiem. Aktivity, ktoré sa zatiaľ prejavujú ako najslabšie podporované, sa týkajú opätovne vydávania CSR správ firmami.

V **Bulharsku** sa javí situácia ohľadom výkonnosti CSR ako najmenej silný článok v porovnaní s krajinami uvedenými vyššie. Táto krajina nemá definovanú žiadnu národnú stratégiu CSR, rovnako sa ani vládne inštitúcie nezaoberajú problematikou spoločensky zodpovedného podnikania. V oblasti občianskej komunity sa v posledných rokoch začali intenzívnejšie objavovať články o dobrej praxi. Najväčšou slabinou je publikovanie dokumentov informujúcich o CSR aktivitách firmy, na druhom mieste sa objavuje vlastníctvo podnikov takých štandardov, ako spomínané ISO 14 001, počet podnikov, ktoré sa môžu pochváliť týmito normami je okolo sto (CSR praxe v nových zemích EU a kandidátskych zemích. Business Leaders Forum. 2007).

Zhrnutie: Všetky tri krajiny, **Maďarsko, Poľsko, Slovenská republika**, sú na približne rovnakej úrovni. Každá z nich má definovanú národnú stratégiu udržateľného rozvoja. Až na výnimku, ktorou je **Maďarsko**, v daných krajinách chýba podpora koncepcie CSR na vládnej úrovni. Na univerzitách je možnosť vybrať si z ponuky vzdelávacích programov zameraných na osvetu ohľadom spoločenskej zodpovednosti podnikov. Zhodný výsledok majú tieto krajiny v oblasti publikovania podnikových CSR správ, ich aktivita je v tomto smere nedostatočná. Najslabším článkom sa javí byť **Bulharsko**, ktoré na rozdiel od vyššie uvedených krajín, nemá definovanú národnú stratégiu CSR. Rovnako tu nie je zaznamenaná žiadna vládna podpora koncepcie CSR. Nízky je i počet firiem, ktoré sa venujú vydávaniu podnikových CSR správ.

Krajiny južnej Európy – Chorvátsko, Španielsko a Taliansko

V **Chorvátsku** bola zahájena národná stratégia trvale udržateľného rozvoja, je tu snaha o jej ďalšie rozšírenie, aj prostredníctvom špecifických akčných plánov. V rámci legislatívnych nariadení neexistuje žiadne, ktoré by sa priamo zaoberalo podávaním správ o spoločensky zodpovednom podnikaní. Len spoločnosti, ktoré sú kótované na chorvátskej burze, sú povinné vydávať správy týkajúce sa dobrej praxe.

V danej zemi je najväčší dôraz kladený na ochranu životného prostredia, existujú tu silné enviromentálne obmedzenia, či už sa regulácie týkajú odpadov, vôd alebo ochrany ovzdušia. Nedávno bol vyvinutý alokačný plán emisií oxidu uhličitého, podniky musia platiť poplatky za vypúšťanie emisií do Fondu na ochranu životného prostredia a energetickej účinnosti. Spoločnosti pracujúce v energeticky náročnom odvetví sa začali zaujímať o projekty v oblasti energetickej účinnosti. Firmy sa zaujímajú o investície do efektívnejších technológií a energetických zdrojov, i keď právne predpisy a vládna podpora ich často nenásleduje.

Chorvátske médiá, rovnako i médiá vo vyššie spomenutých krajinách, nie sú zvyknuté k podpore článkov o CSR. Ani novinári nenachádzajú pochopenie u svojich editorov. Vydávanie správ o spoločensky zodpovednom podnikaní je zväčša odkázané na špeciálne čísla obchodných časopisov.

Španielsko za posledné štyri roky rýchlo napredovalo, čo sa oblasti CSR týka. Napríklad v roku 2007 bol schválený zákon, ktorý má zaručiť rovnosť žien a mužov, najmä v oblasti

zamestnanosti. V tom istom roku bola vyvinutá i Stratégia zmena klímy a čistej energie, ktorá následne definuje nutné akcie a zavádza ciele, ktoré majú byť dosiahnuté. Pre túto krajinu sú prioritné tieto oblasti: riadenie rozmanitosti a sociálna súdržnosť, príspevok k produktívnej ekonomike, transparentnosť a komunikácia, spoločensky zodpovedné investovania a nakoniec integrácia koncepcie CSR do vzdelávania.

Španielske médiá, ktoré sa zaoberajú problematikou CSR, boli vytvorené v posledných rokoch a vznikali predovšetkým na webe. Ekonomická kríza pomohla oživiť záujem médií o spoločensky zodpovedné podnikanie, na ktoré pohliadajú ako na jeden zo spôsobov, dostať sa z nej. Španielska verejnosť má určité povedomie o koncepcii CSR, ktorú vie definovať približne polovica spotrebiteľov, informuje INFORME FORETICA. Toto neziskové fórum združuje hlavných CSR agentov, venuje sa globálnej osvete ohľadom CSR aktivít, uľahčuje dialóg a výmenu osvedčených postupov medzi jednotlivými členmi tejto asociácie.

Talianske ministerstvo sociálnych vecí navrhlo v roku 2006 globálny prístup k CSR za účasti všetkých zainteresovaných strán, ktorý bol rozdelený do štyroch pracovných skupín: verejná správa, zásobovanie reťazcov, politika pre verejnosť, ochrana zdravia a bezpečnosť. Avšak nadchádzajúca politická kríza pozastavila tento proces. Kľúčové oblasti, na ktoré sa táto krajina momentálne zameriava sú zmeny klímy a bezpečnosť na pracovisku. Síce sa začínajú čoraz častejšie objavovať články obzvlášť vo finančnej tlači, i povedomie verejnosti stále rastie, avšak pochopenie je stále malé.

Taliansko, ako jedna zo zemí Európskej Únie, podpísala v roku 2001 Kjótsky protokol, takže spoločnosti podnikajúce v odvetiach, ako sú napr. sklo, keramika, cement, majú stanovené emisné limity vypúšťania plynov do ovzdušia. Pokrok však v posledných rokoch napredoval len veľmi pozvoľne kvôli neochote zo strany vlády a podnikov. Tie sa obávajú negatívneho dopadu na svoju ekonomiku, ktorá sa z veľkej časti opiera o ťažkú výrobu.

Rovnosť žien a mužov v Taliansku je dôležitou otázkou, miera aktivity žien výrazne zaostáva za zbytkom Európy. Krokom vpred by malo byť zahájenie Charty rozmanitosti prednými ochodnými reťazcami a Ministerstvom pre zamestnanosť a rovné príležitosti. Na druhej strane je v danej krajine na veľmi dobrej úrovni začleňovanie imigrantov a zahraničných pracovníkov do pracovného procesu, obzvlášť v podnikoch s vysokým počtom zamestnancov z cudzích krajín.

V Taliansku má dlhú tradíciu firemná filantropia, ktorá sa rozšírila hlavne v období prechodu od paternalizmu k partnerstvu s nevládnymi organizáciami. Na vzostupe je takisto nárast podnikových nadácií, ktoré zakladajú i malé a stredné firmy, aby tak zvýšili účinnosť filantropických programov. Počet malých a stredných podnikov, ktoré pracujú na bázi udržateľnosti výrobkov stále rastie. Ani v sektore služieb nie sú výnimkou príklady dobre praxe, čo sa inovácii týka, konkrétne nakladanie s odpadmi a zelenej energie. Nový program udržateľnosti výrobkov a služieb Ministerstva pre životné prostredie presadzuje ekologické verejné zakázky a miestne programy vedúce k zvýšeniu zelenej spotrebiteľskej politiky (A Guide to CSR in Europe. Country Insights by CSR Europe's National Partner Organisations. 2009. Vlastný preklad).

Zhrnutie: Chorvátsko sa v rámci svojej koncepcie trvalo udržateľného rozvoja najviac zaujíma o ochranu životného prostredia. Sú vydávané rôzne obmedzenia, ktoré regulujú vypúšťanie emisií do ovzdušia, firmy podnikajúce v odvetviach energeticky náročných, čoraz viac investujú do efektívnejších technológií. Slabšou oblasťou sú médiá a ich vzťah k vydávaniu článkov o CSR. Tie sa najčastejšie nachádzajú v prílohách obchodných časopisoch.

Pre **Španielsko** je dôležitá podpora rozmanitosti na pracovisku, sociálna súdržnosť a prispievanie k produktívnej ekonomike štátu. V poslednom období začína španielska tlač čoraz viac publikovať články o spoločenskej zodpovednosti firiem. Na rozdiel od **Chorvátska**, kde vydávanie odborných správ o CSR podniku, stále stagnuje.

Taliansko v porovnaní s týmito dvomi krajinami v mnoha smeroch napreduje. V danej zemi je veľmi rozšírená firemná filantropia. Podnikové nadácie zakladajú malé, stredné i veľké firmy, aby tak zvýšili funkčnosť a efektívnosť filantropických programov. Začleňovanie imigračných a zahraničných pracovníkov do procesu práce je na veľmi dobrej úrovni. Častejšie než v minulosti sa začínajú objavovať odborné články i vo finančnej tlači. Oblasť, na ktorú sa zameriava sú zmeny klímy a bezpečnosť pracoviska. Taliansko ako krajina, ktorej ekonomika sa z veľkej časti opiera o ťažký priemysel, sa však potýka s nepochopením zo strany samotnej vlády i podnikov, čo sa začleňovania koncepcie CSR týka.

Severské krajiny – Nórsko a Švédsko

Nórsko v roku 2007 hostilo medzinárodnú konferenciu o spoločenskej zodpovednosti podnikov. Pozoruhodným faktom tejto konferencie bola Nórska biela kniha o CSR, ktorá objasňuje spoločenská zodpovednosť podnikov v súvislosti s globálnou výzvou udržateľnosti a konkurencieschopnosti nórskeho firiem na svetovom trhu. Význam etiky podnikania a transparentnosti sú kľúčovými prvkami tohoto dokumentu. Nórska vláda zastáva názor, že sociálna zodpovednosť podnikov znamená integrovanie sociálnych a enviromentálnych otázok do každodenných obchodných operácií firiem, i do dialógu so všetkými zainteresovanými skupinami.

Nórska biela kniha identifikuje úlohy a jednotlivé zodpovednosti či už štátnej sféry alebo sféry podnikovej. Obsahuje i politiku týkajúcu sa zmeny klímy, návrhy konkrétnych opatrení na zníženie emisií oxidu uhličitého a emisií skleníkových plynov. Nórska vláda navrhla obmedzenia nielen v rámci svojej krajiny, ale i v zahraničí. Zníženie emisií skleníkových plynov je najobťažnejšia úloha vzhľadom k politickým dopadom a k úzkej väzbe na životnú úroveň obyvateľstva. Nórsko je veľmi vyspelé v oblasti využiteľnosti vodných elektrární, ktoré v súčasnosti tvoria viac než 99 percent výroby elektrickej energie.

Vo **Švédsku** panovalo vždy presvedčenie, že verejný sektor by mal ísť príkladom firmám a verejnosti, a tak urýchliť vývoj. Jedným z opatrení, ktoré boli prijaté vládou, bolo sprísniť požiadavky ohľadom podielu ekologických vozidiel v oblasti verejných zakázok. Štátom vlastnené spoločnosti sú zodpovedné za otázky týkajúce sa etiky, životného prostredia, ľudských práv, rovnosti žien a mužov. Tie musia od roku 2008 vykazovať správy o udržateľnosti, ktoré spolu s ďalšími finančnými správami, budú tvoriť základ pre ich hodnotenie.

Švédsko je už tradične v popredí v otázkach súvisiacich so spoločenskou zodpovednosťou podnikov. Táto krajina býva často vysoko ohodnotená, pokiaľ ide o zodpovedné výkony. To nutne neznamena, že švédske firmy sa vyskytujú vždy medzi najlepšími, pokiaľ sa jedná o zodpovedné praktiky. Aj keď firmy ako H&M, IKEA, často získavajú kredity za prácu v tejto oblasti. Povedomia verejnosti zvyšujú predovšetkým mediálne spravodajstvá, ktoré sa v posledných rokoch stále viac zaoberajú otázkami životného prostredia, odmeňovania najvyššieho managementu podnikov a podobne.

I angažovanosť vysokých škôl je vysoká, väčšina z nich ponúka kurzy zamerané na sociálnu zodpovednosť firiem, a tak bolo vytvorené vysoké povedomie i u študentov vo Švédsku. Média hrajú významnú úlohu v tejto krajine, švédsky rozhlas a televízia majú tendencie byť serióznejšie, než ostatní. Otázka klímy je hlavnou prioritou švédskej vlády, ktorá v rokoch 2009-2011 investuje veľké množstvo finančných prostriedkov na znižovanie dopadov zmeny klímy a prispôsobovaniu sa zmenám klímy. Ich politika je charakteristická silným medzinárodným záväzkom a úzkou kooperáciou so všetkými časťami švédskej spoločnosti. Od zákazníkov a výskumných pracovníkov začínajúc, cez podniky až po ekologické organizácie končiac.

Švédsko nám môže poslúžiť ako model modernej spoločnosti, ktorá je šetrná k životnému prostrediu s využitím udržateľných zdrojov. Daná zem si prešla radikálnou zmenou, od ropy k nefosílnym zdrojom energie, vrátane biopalív, čo viedlo k redukcii emisií skleníkových plynov o viac než 40 percent od polovice rokov sedemdesiatych. Súčasne sa HDP krajiny zvýšilo o 44 percent. Vláda investuje nemalé prostriedky na opatrenia zvyšujúce energetickú účinnosť. Tieto opatrenia sa budú realizovať v rámci politik týkajúcich sa životného prostredia, lesníctva, poľnohospodárstva a energetiky. Investície budú smerovať do oblastí ako je výskum klímy, rozvoj sietí pre veternú energiu a program pre udržateľnosť miest.

Vo všeobecnosti, švédsky občan je uvedomelý ekolog, o čom svedčia aj neustále narastajúce tržby z predaja ekologicky šetrných výrobkov. Rovnosť mužov a žien je základným kameňom švédskej spoločnosti, vládna politika rovnosti žien má dva ciele, a to zaistiť, aby boli zdroje spravodlivo rozdelené medzi mužov i ženy, a ďalej vytvoriť podmienky, ktoré zaistia obom pohlaviam podať rovnaký výkon.

Časy, kedy sa považovala prílišná integrácia verejného a súkromného sektoru za nežiadúcu, sú už minulosťou. Obe tieto sféry majú tendenciu uprednostniť skôr synergiu pred kladením prekážok. Rozsah udržateľných výrobkov a služieb sa zvyšuje celý čas, organická alebo fair-trade káva sa predáva všade, servírovaná voda pochádza najčastejšie priamo z kohútika. Stále väčšie množstvo výrobcov textílií ponúka organickú bavlnu, v neposlednom rade sa zvyšuje i podiel ekologicky šetrných vozov (A Guide to CSR in Europe. Country Insights by CSR Europe's National Partner Organisations. 2009. Vlastný preklad).

Zhrnutie: Obe severské krajiny sú veľmi vyspelé, čo sa povedomia a šírenia koncepcie spoločenskej zodpovednosti týka. Pred tromi rokmi **Nórsko** hostilo medzinárodnú konferenciu o CSR, kde objasňovalo jeho vzájomnú previazanosť s celosvetovou výzvou trvalej udržateľnosti. Nórska vláda navrhla obmedzenia týkajúce sa znižovania emisií skleníkových plynov, nielen vo svojej zemi, ale aj v zahraničí. Uvedená krajina je na vysokej úrovni, pokiaľ sa jedná o využitie vodných elektrární, ktoré sa v súčasnosti podieľajú na tvorbe elektrickej energie z 99-tich percent.

Vo **Švédsku**, ako v jednej z mála zemí, sú štátom vlastnené podniky zodpovedné za vykazovanie každoročných správ o udržateľnosti. Tie sa spolu s finančnými výkazmi stávajú základným kameňom pre ich následné hodnotenie. Povedomie širšej verejnosti sa neustále zvyšuje i vďaka televíznym spravodajom, ktorí sa stále viac zaoberajú ochranou životného prostredia, odmenami pre top manažerov firiem a podobne. Švédska televízia i rozhlas sa venujú otázkam týkajúcich sa politiky CSR, médiá v tejto zemi majú tendenciu brať veci serióznejšie. Vláda investuje veľké množstvo finančných prostriedkov do opatrení, ktoré by mali so sebou priniesť vyššiu energetickú účinnosť. Investície smerujú do oblastí, ako je výskum klímy, rozvoj sietí pre veternú energiu a program pre udržateľnosť miest. Bežný švédsky občan je považovaný za uvedomelého ekológa, o čom neustále presviedčajú i zvyšujúce sa tržby z predaja ekologicky šetrných produktov.

Írsko a Veľká Británia

Írska vláda preferuje dobrovoľný prístup podnikov k stratégii CSR. Neexistuje žiadna konkrétna legislatíva, ktorá odkazuje na CSR praktiky alebo správy, až na výnimku, ktorou je zákon o úverových inštitúciách z roku 2008. Ten vyžaduje od finančných inštitúcií, ktoré sú podporované vládou, a to poistením vkladov, aby vydávali CSR správy o svojej činnosti prostredníctvom Írskej federácie bánk. Kľúčové oblasti, na ktoré je v rámci CSR zameraná pozornosť sú investície do miestnej komunity, zapojenie zamestnancov, zmeny klímy a trvalo udržateľný rozvoj, na nižšej úrovni môžeme spomenúť inovácie trhu.

Povedomie verejnosti sa v posledných rokoch rozšírilo, najmä medzi spotrebiteľmi. Podľa prieskumu o postojoch spotrebiteľov z roku 2009, osem ľudí z desiatich dáva prednosť kúpe výrobku alebo služby, ktoré produkuje spoločnosť majúca kladný vzťah k sociálnej

a ekologickej zodpovednosti. Avšak až 80 percent dotazovaných nedokázalo pomenovať firmu, ktorá sa dobre správa ku svojim zamestnancom, poskytuje kvalitný zákaznický servis a je si vedomá svojho vplyvu na životné prostredie. Ďalej z prieskumu vyplýva, že až 92 percent spotrebiteľov sa snaží rôznymi opatreniami obmedziť dopady svojho správania na okolie, avšak až traja zo štyroch ľudí nevedelo udať podnik, ktorý by sa snažil o to isté.

Írská vláda vydala svoju druhú národnú stratégiu o zmene klímy v roku 2007, ktorá potrvá do roku 2012. Tá je v súlade s cieľmi dohodnutými v rámci Kjótskeho protokolu o postupnom znižovaní emisií. Okrem toho Odbor životného prostredia ustanovilo Radu pre udržateľný rozvoj, ktorá má slúžiť ako fórum pre konzultácie a dialóg pre otázky v rámci trvalo udržateľného rozvoja. Vo vzťahu k verejnému obstarávaniu neexistuje žiadny konkrétny akčný plán alebo stratégia. Aj napriek tomu je však ekologické verejné obstarávanie silno odporúčané v oblasti zadávania verejných zákaziek.

Írske médiá zohrávajú aktívnu úlohu v diskusii ohľadom spoločenskej zodpovednosti podnikov. Síce nie je príliš štrukturovaná ako je tomu v iných európskych krajinách, existuje tu niekoľko mediálnych doplnkových správ vydávaných ročne, ktoré sa zaoberajú otázkou CSR. Kľúčovým prvkom väčšiny CSR programov firiem je spolupráca s komunitou. V tejto krajine sa od podnikov všetkých veľkostí a všetkých odvetví očakáva zapojenie do aktivít komunity kombinujúc charitatívne dary s programami dobrovoľníckej práce zamestnancov.

Vzhľadom k deregulácii finančného sektora a privatizácii verejných služieb v prvej polovici osemdesiatych rokov, podniky nemajú tendenciu požadovať od vlády nastavenie rámca pre spoločensky zodpovedné praktiky nad rámec existujúcich právnych požiadavkov. Britská vláda však menovala ministra pre CSR, ktorého úlohou je poskytovať poradenstvo a podporu zodpovedné podnikanie. Od firiem vo **Veľkej Británii** sa očakáva ich zapojenie a rovnako aj vedenie dobrej praxe, platiac pre podniky vlastnené lokálnymi majiteľmi, tak i pre zahraničné spoločnosti.

Koncept spoločensky zodpovedného podnikania má svoje počiatky v etickom prístupe k podnikaniu rady významných firiem, etickosť ich podnikateľských aktivít je posudzovaná hlavne z hľadiska dobrých pracovných podmienok ich zamestnancov. Tento filantropický prístup viedol k položeniu základov pre dnešnú situáciu, kedy je potreba firiem riadiť svoje obchodné aktivity zodpovedným spôsobom vo všetkých odvetviach univerzálne.

Britská verejnosť sa stáva čoraz uvedomelejšou, čo sa koncepcie CSR týka, k zvýšeniu povedomia spotrebiteľov v posledných rokoch sa odohralo v dobe, kedy začali byť firmy čoraz viac zodpovednejšie za svoje obchodné praktiky. Britský tajomník pre životné prostredie zostavil ambiciózny plán ohľadom postupného znižovania uhlíkovej stopy a vývoja alternatívnych zdrojov energie. Do budúcnosti si Veľká Británia stanovila venovať pozornosť záplavám, v prípade zvýšenia hladiny morí a už spomenutému znižovaniu národnej uhlíkovej stopy.

Vláda a spoločnosti v tejto krajine sa snažia motivovať verejnosť k znižovaniu ich uhlíkovej stopy využívaním menšieho množstva energie. Či už používaním energeticky úsporných žiaroviek alebo upozorňovaním na dôležitosť vypínania svetiel. Legislatíva zaručujúca rovnosť existuje v oblasti veku, rasy, pohlavia, náboženského vyznania a viery, sexuálnej orientácie. Britská vláda nedávno navrhla nové právne predpisy týkajúce sa rovnosti. Patria sem napríklad i požiadavky na zamestnávateľov, aby vydávali správy o odmeňovaní mužov a žien, rozšírenie povinností verejného sektora o opatrenia, podporujúce rovnosť. Firmy v tejto krajine vnímajú samé seba ako kľúčových aktérov v rámci miestnych komunít, veľmi časté a rozšírené sú dobrovoľnícke programy zamestnancov.

Podniky a vláda sa dohodli na rôznych prioritách so zreteľom na zapojenie miestnej komunity do spoločných akcií. Medzi tieto priority patrí zlepšenia základných zručností potrebných pre zamestnateľnosť, odstránenie pracovných prekážok, pomáhať znevýhodneným jednotlivcom a skupinám nájsť si prácu. Dôležitá je aj podpora zapojovania chudobných a zaostalých oblastí prostredníctvom miestnych činiteľov a zvýšenie schopnosti mladých ľudí zamestnať sa.

Trh trvale udržateľných výrobkov a služieb je v danej krajine veľmi dobre rozvinutý, v porovnaní s ostatnými európskymi krajinami. Existujú príklady spoločností, ktoré získali rôzne ocenenia v kategórii zodpovedného marketingu a inovácií. Firmy vyrábali viac udržateľných produktov, pretože poznali konkurenčné výhody, ktoré môžu so sebou priniesť (A Guide to CSR in Europe. Country Insights by CSR Europe's National Partner Organisations. 2009. Vlastný preklad).

Veľká Británia podporuje spôsob dárcovstva prostredníctvom výplatných pások, tzv. payroll-giving. Jedná sa o daňové výhody pre zamestnancov podnikov, ktorí majú záujem darovať určitý finančný obnos charitatívnej organizácii (odpisy z ich hrubej mzdy pred

zdanením). Daňovo zvýhodňované sú i investície v rámci spoločensky zodpovedných obchodných praktík. Firmám je poskytnuta možnosť odpísať si dary, ktoré smerujú registrovaným neziskovým organizáciám.

Zvláštne miesto zaujímajú daňové výhody pre spoločnosti, ktoré investujú do ochrany životného prostredia. Špeciálne výhody sú poskytované i firmám, ktoré investujú do rozvoja miestnych komunít, do sociálneho podnikania. Daňové úľavy sa týkajú daní z príjmu investora alebo daňovej povinnosti firiem a ich výška závisí na čiastke investovanej týmito podnikmi (Kalousová, P. 2005).

Zhrnutie: Oblasť, ktorým je v **Írsku** venovaná pozornosť, sú investovanie do miestnej komunity, zmeny klímy a udržateľný rozvoj. Spotrebitelia v tejto zemi majú určitú úroveň povedomia o koncepcii CSR, sami sa snažia znižovať prípadné negatívne dopady svojej činnosti na životné prostredie. Existuje tu niekoľko médií, ktoré sa zúčastňujú diskusie o spoločenskej zodpovednosti a vydávajú každoročné doplnkové správy. Tie sa zaoberajú otázkami o CSR. Samozrejmosťou je v tejto krajine angažovanosť firiem všetkých veľkostí v aktivitách miestnej komunity spolu s dobrovoľníckymi programami zamestnancov.

Veľká Británia si do budúcnosti predsa vzala venovať svoju pozornosť záplavám, v prípade zvýšenia hladiny morí a znižovaniu národnej uhlíkovej stopy. Snaží sa toho dosiahnuť motivovaním verejnosti, aby domácnosti používali úsporné žiarovky, vypínaním svetiel v čase neprítomnosti osôb v danej miestnosti a podobne. Rovnako ako i v Írsku sú veľmi rozšírené dobrovoľnícke práce zamestnancov firiem. V porovnaní s inými európskymi krajinami, je trh ponúkajúci udržateľné výrobky a služby, dobre rozvinutý. V tejto krajine je veľmi časté i daňové zvýhodňovanie zamestnancov, ktorí darujú určitú finančnú čiastku charitatívnej organizácii. Špeciálne výhody sú poskytované i podnikom, ktorých investície smerujú do rozvoja miestnej komunity alebo do ochrany životného prostredia.

Spoločenská zodpovednosť firiem v Českej republike

Väčšina právnych predpisov, ktoré sa týkajú CSR politiky je vykonávaná na vnútroštátnej úrovni, z nich najvýznamnejšie sú zákonník práce, zákon o ochrane spotrebiteľa, zákon o bezpečnosti produktov. Vláda **Českej republiky** prijala v roku 2000 Národnú politiku kvality, v ktorej je stratégia CSR určená ako jedna z priorít. Strategické ciele, ktorých má byť dosiahnutých do roku 2013 sú v prvom rade vytvorenie základných predpokladov pre koordináciu aktivít veľkých podnikov pre podporu dobrej praxe. Medzi ďalšie ciele patrí kooperácia v oblasti vykonávania odborných činností ohľadom otázok spoločenskej zodpovednosti smerom k verejnosti a vytvorenie diskusného fóra zaoberajúceho sa terminológiou a problematikou CSR v Českej republike.

Neexistujú žiadne formálne predpisy ani politiky, ktoré by stanovovali povinnosť firmám, aby reportovali správy o svojich CSR aktivitách. Česká verejnosť má určité povedomie o CSR, ale stále chýbajú kvalitné informácie, pokiaľ ide o konkrétne témy spoločenskej zodpovednosti. Mnoho aktivít podobných koncepcii CSR sú síce spoločnosti dobre známe, avšak sú chápané ako koncepty ako také, nie v rámci kontextu CSR. Širšie chápanie danej koncepcie začína zapúšťať korene najmä vo vzdelávacích inštitúciách, ako sú napríklad vysoké školy. Často je vyučovaná v rámci školení a kurzov zameraných na správu a riadenie korporácii, na podnikateľskú etiku a v niektorých prípadoch existujú kurzy samostatne sa zaoberajúce danou problematikou. Prvý svojho druhu bol akreditovaný na VŠE v Prahe.

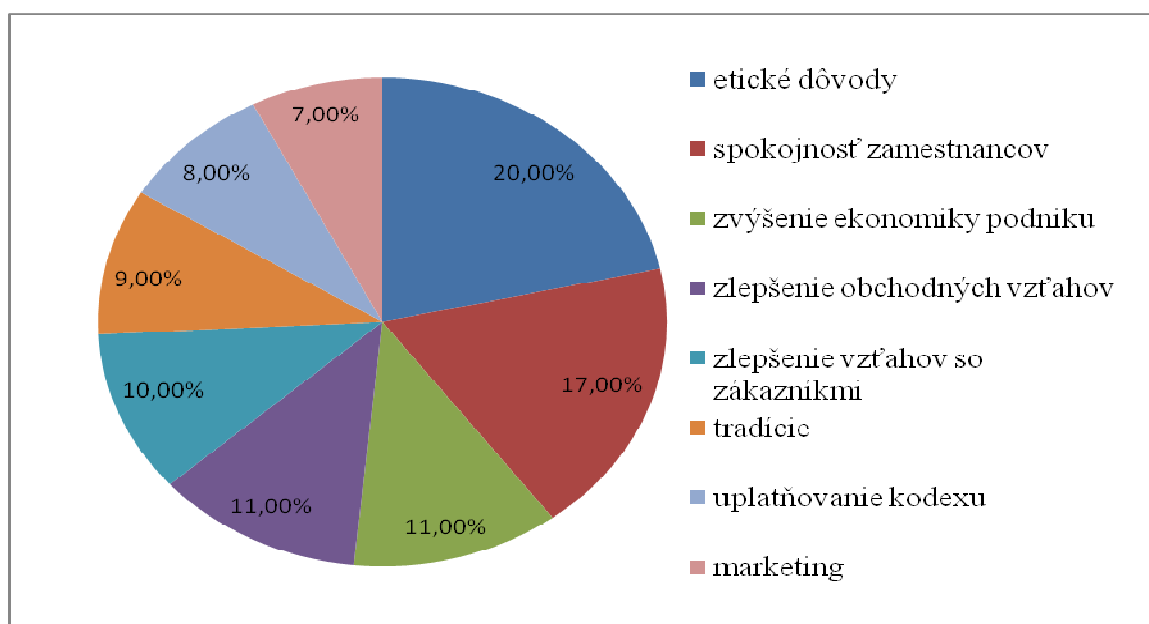
Čo sa týka úlohy tuzemských médií a ich zaangažovanosti v rámci koncepcie CSR, tá je v tomto prípade slabá. Môžeme síce príležitostne naraziť na novinové články, ktoré sa zmieňujú o spoločensky zodpovednom počínaní firiem, ale ponúkajú minimálne vysvetlenia k daným artiklom. Medzi hlavné ekologické výzvy v Českej republike patrí znižovanie emisií, ktoré sú výsledkom dopravy, vytápania domácností. Problémom je aj nedostatočná výstavba čistiarní odpadových vôd, nedostatočný podiel energie z obnoviteľných zdrojov na spotrebe primárnych energetických zdrojov, odlesňovanie. A v poslednom rade úloha znečistenia životného prostredia v najširšom zmysle slova (napríklad výfukové plyny, potravinárske aditíva, ktoré prispievajú k zvyšovaniu počtu detí s alergiami).

Monitorovanie a riešenie problémov týkajúcich sa oblasti ľudských práv má na starosti niekoľko vládnych rád, zahrnujúc Radu pre ľudské práva, Radu pre národnostné menšiny, pre veci rómskej komunity, Radu pre zdravie a bezpečnosť pri práci a veľa ďalších. V oblasti rovných príležitostí je hlavným trendom veľkých firiem hľadanie možností pre vyvážený pracovný a súkromný život a zabezpečenie rozmanitosti na pracovisku. Tým pádom je snaha i o zaradenie zamestnancov do pracovného procesu, ktorí majú nad 50 rokov a vyššie. V poslednom čase sa firmy začínajú zaujímať o možnosť vytvorenia podnikovej škôlky.

České podniky v súčasnej dobe profitujú z pozitívnej image, ktorú nadobudli vďaka spolupráci s miestnou komunitou. To je predovšetkým spôsobené sprísnením obchodne právnych povinností. Je dôležité, aby bol zaistený súlad medzi tým, čo sa deje v praxi, a tým, čo píše teoretici. CSR je možno považovať za prostriedok ku zlepšeniu firemnej povesti alebo vnímať túto koncepciu, ako potencionálnu hnaciu silu podnikania (A Guide to CSR in Europe. Country Insights by CSR Europe's National Partner Organisations. 2009. Vlastný preklad).

Na základe prieskumu uskutočneného v Českej republike medzi pražskými malými a strednými podnikmi v oblasti spoločenskej zodpovednosti firiem. Je možné uviesť jednotlivé motívy spoločností správať sa v súlade s princípmi CSR.

Graf 4.1 Motivace k CSR



Zdroj: <http://csr-online.cz/Page.aspx?pruzkum>.

4.1 Charakteristika vybranej spoločnosti- firma ŽDB Group a.s.

Spoločnosť ŽDB Group a.s., ktorej som sa rozhodla venovať a pokúsiť sa analyzovať úroveň spoločensky zodpovedných aktivít má 125-ročnú tradíciu. Jej podnikateľská činnosť je rozvrhnutá do troch pilierov, a tými sú drátovenstvo, zlievarenstvo a hutníctvo. Súčasne s ďalšími dvomi firmami, BONATRANS Group a KOVOSVIT MAS, sú súčasťou holdingu KKCG Industry, patriacemu finančnej skupine KKCG. Daná firma vykonáva svoju činnosť nielen v rámci Českej republiky, ale v celom Európskom regióne. Na začiatok by som rada venovala pár riadkov histórii ŽDB Group a. s.

4.1.1 História firmy ŽDB Group a.s.

Všetko začalo v roku 1885 v Bohumíne, kedy Albert Hahn a Heinrich Eisner založili rúrovňu. O päť rokov neskôr zahájila svoju prevádzku zlievareň na výrobu zliatinových radiátorov, v priebehu niekoľkých ďalších desiatok rokov sa firma rozširovala, až bola roku 1945 znárodnená. Naďalej pokračovali výstavbové práce, v roku 1993 bol štátny podnik prevedený na akciovú spoločnosť v štátnom vlastníctve s názvom ŽDB Group a.s. O dva roky nato, boli do predstavenstva a dozornej rady zvolení predstavitelia väčšinových vlastníkov. V roku 2006 sa zlučuje závod Drátovňa ťažiareň patentovaného drátu a Drátovňa ťažiareň nepatentovaného drátu do jedného závodu Drátovňa. V dôsledku prebehlého procesu prevzatia obchodného imania pôsobí počínajúc 1. augustom toho istého roku spoločnosť ŽDB Group a.s. ako právny nástupca doterajšej spoločnosti ŽDB a.s.

4.1.2 Jednotlivé závody ŽDB Group a.s.

K danej firme patrí osem závodov, ktoré sú jej súčasťou. Konkrétne ide o závod Viadrus, Drátovňa, Válcovňa, Ocielareň a Recyklácia v jednom, ďalej sú to Oceľové kordy, Lanáreň, Pérovňa a prevliekareň, Služby a posledným sú Kovové tkaniny. Každý závod je rozdielny od ostatných svojím výrobným programom.

Viadrus

Je jedným z hlavných výrobných celkov spoločnosti a rýdzo českým výrobcom tepelnej techniky. Do jeho výrobného programu sú zaradené kotle na tuhé palivá, plyn a olej, litinové radiátory, krbové vložky a kamna a iné.

Drátovňa

Vyznačuje sa prvenstvom vo výrobe vysokouhlíkových a nízkouhlíkových drátov v Českej republike. Produkty putujú hlavne do oborov automobilového priemyslu, nábytkárskeho priemyslu a dopravy. Väčšia polovica výrobkov, okolo 60 percent, je určená k vývozu.

Válcovňa, Ocielareň a Recyklácia

V tomto závode sa vyrábajú válcované tyče a ingoty, okrem iného patrí k prevádzkam s najdlhšou tradíciou v ŽDB Group a.s. Prevádzka Recyklácia slúži k ekologickej likvidácii vrakov áut, priemyslových stavieb a zaist'uje služby v oblasti nakladania s odpadmi. Rovnako ako aj výrobky závodu Drátovňa i produkty týchto troch prevádzok smerujú na zahraničné trhy.

Ocelové kordy

Najmladším výrobným závodom vo firme ŽDB Group a.s. je práve tento závod. V súčasnosti je výrobný sortiment zameraný na výrobu ocelových výstužných prvkov do pneumatík, vysokotlakých hadíc a ploštených drátov, ktoré putujú do automobilového priemyslu.

Lanáreň

Druhé prvenstvo, čo do výroby ocelových lán v Českej republike má práve závod Lanáreň. Medzi produkty, ktoré daný závod vyrába, patria lana dolné, špeciálne, pre stavebný priemysel, lana rybárske a ďalšie. Je pravidelným účastníkom rôznych rybárskych veľtrhov a najväčšieho drátovenského veľtrhu konaného v Düsseldorfe.

Pérovňa a prevliekáreň

Medzi zákazníkov daného závodu patria predovšetkým výrobcovia z automobilového, zbrojného, elektrotechnického a nábytkárskeho priemyslu, nielen z Českej, ale i Slovenskej republiky a Poľska. Výrobkami pérovne sú tlačné, ťažné, tvarové pružiny a mnohé iné.

Služby

Podstatou fungovania tohoto obslužného závodu je poskytovať služby v prvom rade ostatným závodom spoločnosti ŽDB Group a.s. Tento vznikol v roku 2006, a to zlúčením dvoch závodov, Doprava a služby a závodu Energetika.

Kovové tkaniny Kamenná

Do tretice, vybraná firma sa hlási ku svojmu ďalšiemu prvenstvu, tentokrát v oblasti výroby kovových tkanín a sietí v Českej republike. Okrem spomínaného sortimentu, dodáva daný závod prístrihy a válcové filtre podľa požiadavkov zákazníka. Tieto výrobky nachádzajú svoje miesto v automobilovom, leteckom, potravinárskom a chemickom priemysle.

ŽDB Group, respektíve jej závody sú držiteľmi certifikátov systému managementu akosti podľa EN ISO 9001:2000, okrem toho závod Viadrus má v držbe i certifikát enviromentálneho managementu EN ISO 14001:2004. Jedná sa o normy, ktoré vydáva Medzinárodná organizácia pre normalizáciu (ISO). Evropským výborom pre normalizáciu (CEN) boli tieto normy schválené ako európske.

V prípade normy ISO 9001:2000, táto špecifikuje požiadavky na systém managementu akosti, kedy organizácia preukazuje svoju schopnosť poskytovať výrobky spĺňajúce predstavy zákazníka. Taktiež demonštruje záujem zvyšovať spokojnosť zákazníkov (Normy jakosti ISO 9000. Management jakosti. 2005). Čo sa týka normy EN ISO 14001, tá špecifikuje požiadavky na systém riadenia starostlivosti o životné prostredie. Aplikáciou daného systému má firma za povinnosť riadiť a viesť svoje podnikateľské aktivity k životnému prostrediu prostriedkami, akými sú podnikové politiky (Příručka EMS podle ISO 14001. EnviGroup. 2009).

4.1.3 Profil a hodnoty vybranej spoločnosti

Ako som už vyššie uviedla, daná firma podniká v oblasti drátovenstva, zlievarenstva a hutníctva. Vo svojom výrobnom programe má zaradené i liatinové kotle a radiátory VIADRUS, odliatky, nízkouhlíkové a vysokouhlíkové tiahnuté oceľové dráty, oceľové kordy, laná, pružiny, kovové tkaniny a iné. ŽDB Group a.s. radí medzi svoje hodnoty zákazníkovo spokojnosť zaručenú kvalitou výrobkov. A to tak, aby získal presvedčenie, že táto firma je schopná dodávať produkty v požadovanej akosti, v primeranej cene, v dohodnutom množstve a v správnom čase. Spoločnosť vyslovuje záväzok jednať za všetkých okolností a so všetkými zainteresovanými stranami slušne.

V tejto spoločnosti sa dodržiava systém managementu akosti, ktorý spĺňa požiadavky kladené normami ISO 9001:2000 so základným predpokladom, a to dosahovať zákazníkovo spokojnosť. Zhoda systému managementu akosti vo všetkých výrobných závodoch

s požiadavkami normy je pravidelne preverovaná skúšobným miestom TÜV NORD, patriacemu certifikovanej spoločnosti TÜV CERT Bonn. Platnosť vystavených certifikátov sa aktualizuje na základe kontrolných auditov.

Mnou vybraná firma je od roku 1996 členom organizácie Európskej nadácie pre riadenie kvality EFQM a v súlade s podmienkami členstva v tejto organizácii, ŽDB Group a.s. postupne zavádza jednotlivé prvky, aby naplnila princípy EFQM Modelu excelencie, ktorému sa budem nasledujúcich pár riadkov venovať.

EFQM Model excelencie

Tento model je nástrojom, ktorý pomáha firmám zvyšovať kvalitu nielen produktov, ale i samotnej organizácie. Má predstavovať akýsi ideál alebo cestu k dosiahnutiu excelencie vo všetkých činnostiach firmy a teda i jej produktov. Vychádza z predpokladov, že excelentných výsledkov s ohľadom na výkonnosť, zákazníkov, pracovníkov a spoločnosť sa dosahuje prostredníctvom vedenia pokrokovej politiky a stratégie, prostredníctvom pracovníkov, partnerstva, zdrojov a procesov. Model sa skladá z deviatich kritérií, tieto znamenajú oblasti činností podniku, prvých päť vytvára predpoklady pre to, aby firma dosahovala dobré výsledky, ostatné štyri kritéria sa podnik hodnotí z hľadiska dosiahnutých výsledkov a cieľov, ktoré si určila (Model excellence EFQM. Česká spoločnosť pro jakost. 2008).

Princíp dosahovania zákazníkovej spokojnosti s výrobkami a dodávkami z ŽDB Group a.s. je zachytený i v **Politike akosti** tejto spoločnosti. Jej cieľom je rešpektovanie záujmov zákazníkov vo výrobe, vo vývoji a odbyte celého sortimentu, popritom zvyšovanie akosti, bez prekračovania materiálových, finančných či ľudských zdrojov. Akosť je vnímaná ako základný predpoklad pre realizáciu cieľov a základných hodnôt. Z dlhodobej perspektívy si táto spoločnosť stanovila dosahovať, v oblasti riadenia akosti, takého stavu, kedy sú na jednej strane uspokojované potreby a záujmy zákazníka, na strane druhej je zaistená ekonomická prosperita danej firmy.

Vedenie mnou vybranej firmy si určilo, ktorých zámerov má byť dosiahnuté, okrem už spomínanej zákazníkovej spokojnosti a zvyšovania akosti produktov, i rozširovať oblasti obchodu v určených druhoch výrobkov do predom stanovených teritórií. Pre dosiahnutie takto definovaných zámerov, sa vedenie tejto spoločnosti zaväzuje k tomu, že bude podporovať

vývoj nových výrobkov a technológií. Ďalším záväzkom je zaistiť potrebných školení v oblasti zabezpečovania akosti tak, aby boli udržiavané spôsobilosti zamestnancov.

4.2 Spoločenská zodpovednosť vo firme ŽDB Group a.s.

Zvolená spoločnosť prezentuje svoj záujem vytvárať dlhodobé partnerstvá, prevziať zodpovednosť za svoje dopady podnikateľskej činnosti na životné prostredie a podniknúť opatrenia ohľadom prevencie závažných havárií.

4.2.1 Sponzoringové aktivity spoločnosti

Vybraná firma sa venuje dlhodobým projektom, ktoré sú v rámci bohumínského regiónu, kde spoločnosť pôsobí, najviac potrebné. Škála podporovaných aktivít je širšia. Medzi hlavné oblasti záujmu patrí podpora charitatívnych organizácií, zdravotníckych inštitúcií, školstva a športovo nadaných mladých ľudí. ŽDB Group a.s. každoročne venuje finančné prostriedky na pomoc sociálne slabým a potrebným, týmto spôsobom im aspoň zčasti pomáha zapájať sa do spoločenského života a prežívať o kúsok plnohodnotnejší život.

Ďalšími oblastami podpory sú výukové programy a voľnočasové aktivity mladistvých a ich skvalitnenie. Čo sa zdravotníckej sféry týka, finančné prostriedky sú spravidla využívané na rozšírenie portfólia potrebných prístrojov. Menovite môžeme spomenúť zdravotnícke a školské inštitúcie, kam putujú potrebné finančné zdroje, jedná sa o Bohumínsku mestskú nemocnicu, Gymnázium Bohumín a Strednú školu Bohumín. Ďalej môžeme pokračovať Stacionárom Salome, ide o zariadenie sociálnej starostlivosti pre deti so zdravotným postihnutím a ich rodiny. V oblasti záujmu pohybovo nadanej mládeže, sa nachádza Tanečný súbor Radost', ktorého finančným partnerom je zvolená firma, ŽDB Group a.s.

4.2.2 Bezpečné pracovné podmienky pre zamestnancov

Vedenie danej spoločnosti sa snaží o trvalé zvyšovanie úrovne bezpečnosti a ochrany zdravia pri vykonávaní práce. Súčasne má záujem i na zvyšovaní povedomia zamestnancov ohľadom ich zodpovednosti za ochranu vlastného zdravia pri plnení pracovných cieľov. Mnou zvolená firma za určila ako svoj cieľ vytvorenie takých pracovných podmienok, kde bude zaistená bezpečnosť zamestnancov pri výkone ich práce. Dosiahnuť rovnováhu medzi ekonomickými záujmami na jednej strane a zdravím všetkých pracovníkov firmy a ich rodín na strane druhej.

Plniť tieto záväzky sa rozhodla prostredníctvom zavádzania moderných technológií a systému kontrol, či sú stanovené bezpečnostné pravidlá dodržiavané.

Preventívne opatrenia závažných havárií

Medzi navýznamnejšie príčiny rizika prípadného vzniku havárie v ŽDB Group a.s. patria chemické látky, ktoré sú vysoko toxické, extrémne horľavé a nebezpečné pre životné prostredie. V súlade so zákonom o prevencii závažných havárií bol Krajským úradom Moravskoslezského kraja bol schválený Bezpečnostný program prevencie závažných havárií ŽDB Group a.s. Ten popisuje systém riadenia bezpečnosti podniku a presné zodpovednosti za nakladanie s nebezpečnými chemickými látkami. Dané zásady sú záväzné pre všetkých zamestnancov.

Plnenie stanovených cieľov, ktoré vyplývajú z tohoto programu sa pravidelne sleduje a zistené prípadné odchýlky sa riešia prijímaním žiadúcich opatrení. Do systému riadenie bezpečnosti podniku sú zapojení i dodávatelia firmy ŽDB Group a.s., ako i osoby zdržiavajúce sa v priestoroch zvolenej spoločnosti. Existuje podniková podpora viacstrannej komunikácie pre včasné podávanie informácií, ktoré zaisťujú zlepšovanie preventívnych opatrení závažných havárií. Komunikácia sa odohráva nielen vo vnútri samotnej firmy, ale i von z podniku, smerom k miestnej komunite, pôsobiacej na území Bohumína, kde daná spoločnosť sídli.

Projekt na podporu zlepšovateľstva

Podnik ŽDB Group a.s. v roku 2007 rozbehol projekt na podporu iniciatívy a kreativity svojich zamestnancov. Tí prichádzajú s návrhmi, ktoré môžu ovplyvniť či už produktivitu práce alebo kvalitu výrobkov. Prínosy zo zlepšovacích nápadov činili v roku 2008 úsporu o výške 6,2 milióna českých korún. Odmeny za iniciatívnosť zamestnancov dosiahli hranicu takmer 800 000 českých korún. Za nápady vedúce ku zlepšeniu terajšieho stavu sú považované technické, výrobné a prevádzkové zdokonalenia, ako i riešenia prekážok v oblastiach, ako je bezpečnosť a ochrana zdravia, životného prostredia.

Každý návrh, ktorý je podaný a neskôr prijatý k realizácii, sa odmeňuje ihneď po prijatí, z dôvodu zachovania transparentnosti. Vybraný podnik sa teda rozhodol ťažiť zo svojho kapitálu – zamestnancov. Tí vedia najlepšie o rezervách a problémoch na svojom pôsobisku, pretože sú v každodennom kontakte so svojou prácou. Z úspor, ktoré firme zlepšovateľské

návrhy prinesú, profitujú všetci jednotlivci. Pri splnení podnikových ukazateľov, na ktoré vplývajú tieto nápady, sa totiž zamestnancom zvyšuje priemerná mzda.

4.2.3 Ekologický aspekt zodpovedného podnikania

Zodpovedným článkom za oblasť starostlivosti o ochranu životného prostredia je závod Služby. Ten je prevádzkovateľom zariadení eliminujúcich nepriaznivý dopad výrobného procesu zvolenej spoločnosti na životné prostredie. Firma ŽDB Group prevádzkuje ekologickú likvidáciu osobných, nákladných, užitkových vozidiel, autobusov a ostatnej dopravnej techniky. Značka, vek vozidla ani technický stav nehrá v tomto prípade úlohu. Vozidlá sú prijímané každý pracovný deň v určité hodiny v areáli podniku.

Súčasne s vozidlom predkladá majiteľ občiansky a technický preukaz, na základe týchto údajov sa určí zhoda identifikačného čísla vozidla. Nakoniec je majiteľovi bezplatne vydaný protokol o ekologickej likvidácii, po predložení na príslušnom odbore dopravy mestského úradu, je vozidlo vymazané z registra. Každé vozidlo je do posledného dielu rozobraté na plasty, sklo, gumové časti, motor a podobne. Vytvorené skupiny materiálu podnik zneškodní takým spôsobom, ktorý zaručí, že nezostanú žiadne závadné odpady. Spoločnosť takto získané suroviny pretaví na ingoty a hotové výrobky, ako napríklad radiátory a topné kotle.

V rámci poskytovaných služieb závodu Recyklácie je ponúkaný a prevádzkovaný výkup a ekologické spracovanie kovonosných odpadov a farebných kovov. To všetko sa neskôr uskladňuje na izolovaných plochách, ktoré sú určené na ekologickú likvidáciu takýchto odpadov. Pre obchodných partnerov vybraného podniku je možnosť objednať si v prípade záujmu demontážne, demoličné a likvidačné práce, na území celej Českej republiky. Tie zahŕňajú vykonanie odbornej demontáže, následné zhodnotenie takto demontovaných častí za výhodné ceny. Na koniec samostatné vykonanie ekologickej likvidácie strojov, strojných zariadení, konštrukcií, technologických celkov, mostov, budov a podobne.

V rámci spolupráce s mestom Bohumín, firma ŽDB Group a.s. zvažuje nebezpečný odpad z mesta a vo svojich priestoroch prevádzkuje zberný dvor nebezpečného odpadu. Jedná sa o autobaterie, televízory, chladničky, motorové oleje, pneumatiky, lieky, monočlánky a iné. Ďalšou službou pre mesto je vykonávanie odberu elektrozariadení, ako sú vyradené vysávače, počítače a podobne.

K bližšiemu dotvoreniu obrazu o úrovni spoločenskej zodpovednosti vo firme ŽDB Group a.s. som položila pár otázok k danej téme pani Eliške Ťažkej, ktorá je vedúcim pracovníkom na úseku Personalistika a vzdelávanie a bola prostredníkom medzi mnou a danou spoločnosťou.

Zaist'uje Vaša firma politiku včasného platenia faktúr a poskytovania spoľahlivých informácií o výrobkoch a službách?

„V spoločnosti ŽDB GROUP je nastavená 60 dňová lehota splatnosti faktúr. ŽDB GROUP a.s. vždy riadne a včas zaist'uje platenie svojich faktúr, v prípade urgentných platieb zasadať tzv. platobné komisie, ktoré majú právo lehotu splatnosti skrátiť.

Jednotlivé závody spoločnosti ŽDB GROUP majú vyškolený personál, ktorý je schopný odpovedať na všetky prípadné otázky zákazníkov, odberateľov i dodávateľov, podať ucelené informácie. Rada informácií je záujemcom predávaná telefonicky, e-mailom, príp. osobným stretnutím na veľtrhoch a výstavách.“

Eviduje Vaša spoločnosť riešenia sťažností od zákazníkov, dodávateľov, obchodných partnerov?

„Spoločnosť ŽDB GROUP je tvorená siedmimi výrobnými a jedným obslužným závodom. Reklamácie a sťažnosti si riešia jednotlivé závody samy, neevidujú sa hromadne. Je to vždy záležitosť konkrétneho závodu, ktorý sa snaží reklamácie a sťažnosti minimalizovať. Na každom závode je oddelenie reklamácií, ktoré sa zaoberá prípadnými problémami.“

Je prepusteným zamestnancom poskytovaná podpora a pomoc pri hľadaní novej práce?

„Túto formu podpory prepusteným zamestnancom neponúkame. Rok 2009 bol poznamenaný prepúšťaním z dôvodu organizačných zmien, kedy sme sa snažili predávať výpovede prepusteným zamestnancom čo najšetrnejšie. V prípade nových náborov sa obraciame na už prepustených zamestnancov, ktorí majú skúsenosti a poznajú prostredie spoločnosti.“

Snaží sa Váš podnik o rozmanitosť na pracovisku (ženy, starší ľudia, etnické minority)?

„Pre čo najlepší pracovný výkon nie je dôležitá rozmanitosť na pracovisku, ale schopnosti a dovednosti jednotlivých členov tímu. Preto vyberáme tých uchádzačov, ktorí najlepšie spĺňajú naše požiadavky. Vzhľadom k charakteru a náročnosti našej výroby prevažujú na

jednotlivých pracoviskách muži. Zamestnávame tiež niekoľko bývalých zamestnancov – dôchodcov a zo zahraničných zamestnancov sa jedná hlavne o členov EÚ a EHP.“

Je zamestnancom poskytnutá príležitosť pre rozvoj ich pracovného potenciálu formou školení a vzdelávacích programov?

„Ľudský kapitál je to najdôležitejšie, čím firma disponuje. V spoločnosti ŽDB GROUP sa zvyšuje kvalifikácia a odbornosť zamestnancov formou školení a vzdelávacích programov. Zameriava sa jednak na „hard skills“, ale taktiež na „soft skills“. V súčasnej dobe využívame projekty z Európskeho sociálneho fondu, ktoré mimo nákladov na vzdelávanie hradia i mzdové náklady zamestnancov.“

Sú zamestnanci spoločnosti ŽDB GROUP informovaní o dôležitých zmenách vo firme?

„O všetkých zmenách a udalostiach v ŽDB GROUP a.s. sú zamestnanci informovaní prostredníctvom firemného časopisu Nové Tempo, ktoré vychádza ku koncu každého mesiaca. K informovaniu využíva spoločnosť takisto vnútro podnikový intranet a elektronickú poštu. V prípade veľmi dôležitých informácií sa vkladajú letáčky, príp. brožurky priamo do výplatných pásiiek. Informácie predávame i formou podnikového rozhlasu, ktorý vysiela každú stredu 3x denne na všetkých závodoch.“

Existujú vo Vašej spoločnosti rôzne systémy k podpore tzv. work-life balance (napr. flexibilná pracovná doba)?

„V spoločnosti ŽDB GROUP je 37,5 hodinová týždňová pracovná doba. Robotnícke profesie (D) majú pevnú pracovnú dobu (6:00 – 14:00, 14:00 – 22:00, 22:00 – 6:00). Technicko – hospodárski pracovníci (THP) môžu využívať pružnú pracovnú dobu (8:00 – 13:00 pevná časť, počiatok a koniec sa môže „pružiť“), obzvlášť pracovníci obchodu na obchodných úsekoch. THP, ktorí sú úzko spätí s výrobou, využívajú väčšinou pevnú pracovnú dobu.“

Je u zamestnancov podporovaná a propagovaná dobrovoľnícka iniciatíva, sociálna angažovanosť?

„Vo firemnom časopise Nové Tempo v rubrike „Potešilo nás“ pravidelne zverejňujeme darcov krvi, ktorí svojou ochotou darovať krv zachránia zdravie ostatných ľudí a mnohokrát i ľudské životy.“

Publikuje firma ŽDB GROUP výročné správy?

„Každým rokom sa pripravuje a spracováva výročná správa za predchádzajúce obdobie. Je členená do dvoch častí, kde prvá časť obsahuje informácie o ŽDB GROUP a.s. a druhá časť je venovaná účtovnej uzávierke za príslušný rok.“

Je nadviazaná spolupráca s vysokými školami, účastníte sa ako firma na trhoch pracovných príležitostí pre študentov a absolventov škôl?

„Na spolupráci s vysokými školami aktívne pracujeme. Pravidelne se účastníme projektu Kariéra (predtým Symbióza), kde sa prezentujeme študentom na stánku. Využívame taktiež možnosti prezentácií pri prednáškach na odborné témy, ktoré odpovedajú učebným osnovám.“

Venuje spoločnosť ŽDB GROUP prostriedky na financovanie kampaní neziskového sektoru, charitatívne akcie, podporu športovej oblasti?

„ŽDB GROUP a.s. venuje finančné prostriedky inštitúciám, ktoré sa nachádzajú hlavne v mieste sídla spoločnosti. Príspevky smerujú do oblasti zdravotníctva (Bohumínska mestská nemocnica), školstvo (SŠ Bohumín, Gymnázium Bohumín), športu (Tanečný súbor RADOST) a do oblasti zdravotne handicapovaných občanov (Stacionár SALOME).“

Má Vaša firma definované ciele v oblasti podpory zdravia, bezpečnosti pri práci a ochrany životného prostredia?

„Firma ŽDB GROUP usiluje o to, aby sa neustále zvyšovala úroveň bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci spolu s vedomím zodpovednosti zamestnancov za ochranu vlastného zdravia pri plnení stanovených cieľov. Cieľom je vytvorenie bezpečných pracovných podmienok v pracovnom prostredí pri súčasnom zaistení ochrany životného prostredia, zaistenia optimálnej rovnováhy medzi ekonomickými a obchodnými záujmami na strane jednej a zdravím zamestnancov spoločnosti a ich rodín na strane druhej.“

Zhrnutie analýzy úrovne spoločenskej zodpovednosti firmy ŽDB Group a.s.

Vybranej spoločnosti nie je pojem CSR neznámy. Svoje aktivity dobrej praxe má rozpracované do jednotlivých častí. Tými sú zaistenie bezpečných pracovných podmienok pre zamestnancov, ekologická rovina zodpovedného podnikania a firemný sponzorink.

V oblasti zabezpečenia podmienok práce, kde bezpečnosť a ochrana zdravia sú prvoradé, sa zvolený podnik snaží vzbudiť záujem samotných pracovníkov o ich pôsobisko. V rámci zlepšenia úrovne bezpečného pracovného prostredia sa teda neangažuje len vedenie tejto firmy, ale i jej ľudský kapitál. Myšlienka tohoto nápadu je dobrá, rozšíriť povedomie o zodpovednom prístupe k výkonu práce, nielen na úrovni najvyššej, ale i medzi radovými zamestnancami. Vykonávanie kontrol, či sú stanovené bezpečnostné predpisy dodržiavané, považujem za nutné a rozumné.

Sponzorovanie rôznych športových klubov, neziskových organizácií či vzdelávacích inštitúcií, je v dnešnej dobe medzi podnikmi pomerne rozšírené. Faktom však ostáva, že darovanie určitého finančného obnosu sa často zredukuje na jednorázovú akciu. V tomto prípade to však neplatí. ŽDB Group a.s. je dlhodobým partnerom vyššie uvedených organizácií. Podieľa sa na projektoch, ktoré majú za výsledok či už kvalitné voľnočasové aktivity mladých alebo zabezpečenie sociálnej starostlivosti pre deti so zdravotným postihnutím. Upriamiť svoju pozornosť na deti a mladistvých, na ľudí s jednoznačne sťaženými podmienkami pre existenciu, je pre daný podnik jasnou voľbou. Dôvodom môže byť i skutočnosť, že terajšia generácia je naša budúcnosť.

Ochrana životného prostredia a s ňou spojené príbuzné pojmy, je v súčasnosti veľmi diskutované téma. Jedno pravidlo by mala väčšina korporácií zachovať, a to zaujímať sa o dopady podnikateľských aktivít na prostredie, v ktorom pôsobí. Vybraná firma prevádzkuje ekologickú likvidáciu vozidiel osobných i nákladných, autobusov, a to takým spôsobom, aby po spracovaní neostal žiadny závadný odpad. Jednotlivé skupiny materiálov sú neskôr pretavené na výrobky, ako napríklad radiátory a podobne. Ďalšou službou, vykonávanou pre mesto Bohumín, kde podnik ŽDB Group a.s. sídli, je prevádzkovanie zberného dvora nebezpečného odpadu, kam je odpad, z celého mesta zvážaný. V dnešnom svete každý človek vlastní osobný automobil, počítač, mobilný telefón. Je dôležité, aby boli tieto zariadenia po uplynutí doby životnosti, odstránené čo najšetrnejším spôsobom vo vzťahu

k životnému prostrediu. I to je dôvod, prečo si myslím, že zvolená spoločnosť je kvalitným partnerom bohumínskej komunity.

4.2.4 Návrhy a doporučenia

Mojou snahou bolo vypracovať návrhy, ktoré by postupom času mohli viesť k určitému zlepšeniu a rozšíreniu poľa pôsobnosti konceptu spoločenskej zodpovednosti vo vybranom podniku. Niektoré nápady obsahujú výhody plynúce pre všetky zúčastnené strany, sú teda prospešné pre miestnu komunitu i samotnú firmu. Jednotlivé body obsahujú vytvorenie firemných škôlok, dňa otvorených dverí, zapojenie ľudí so zdravotným postihnutím do pracovného procesu, rozšírenie dobrovoľníckych aktivít zamestnancov a účasť na zvyšovaní povedomia verejnosti o regióne, v ktorom zvolená spoločnosť pôsobí. Jedná sa činnosti, ktoré už v určitej miere vo firme prebiehajú a o činnosti, ktoré by mohli rozšíriť stávajúcu oblasť uplatňovaných praktík zodpovedného chovania.

Firemné škôlky

V Českej republike od roku 2007 stúpa pôrodnosť. Počty neobsadených miest v škôlkach sú limitované. Riešením by mohlo byť zriadenie firemnej škôlky. Prínos, ktorý plynie pre zamestnávateľov, je zmenšenie miery rizika, že by ich zamestnanci zostali na dlhšiu dobu na materskej dovolenke. Pracovníci tak nemusia premýšľať nad zaistením starostlivosti o svoje dieťa. Navyše je tu pravdepodobnosť zvýšenia lojality zamestnanca k podniku, za predpokladu využívania firemnej škôlky. V porovnaní so škôlkou klasickou, odpadajú v tomto prípade starosti s dopravou a prípadné časové oneskorenie, ktoré môže nastať po ceste do škôlky alebo z nej. V zahraničí sa prevádzkujú v podstate dve formy podnikovej škôlky. V prvom prípade je zriaďovateľom zamestnávateľ, ktorý vybuduje škôlku na vlastné náklady. V druhom prípade zriadi škôlku iná spoločnosť, ktorá ju prevádzkuje na svoje náklady, za určitý poplatok je zamestnancom ponúknutý určitý počet miest.

Deň otvorených dverí pre rodiny zamestnancov a miestnu komunitu

Deň otvorených dverí môžeme považovať za niečo ako vizitku firmy. Napovedia o nej omnoho viac, než sa bežný človek dočíta z brožuriek či iných informačných materiálov. Majú väčšiu vypovedaciu schopnosť napríklad o pracovnom prostredí, o prístupe vedenia firmy i radových zamestnancov. Súčasťou by mohla byť napríklad prezentačná prednáška so základnými informáciami o spoločnosti, jej histórii a odvetví, v ktorom podniká. Návšteva

areálu podniku tvorí klasický základ dňa otvorených dverí. Pre rodiny zamestnancov, obzvlášť pre deti, by deň otvorených dverí mohol byť pojatý zábavnejšou formou. Informatívna prednáška by mohla byť zakončená súťažou o upomienkové predmety, kedy by si deti mohli oprášiť svoje znalosti z fyziky, z chémie a odpovedať na predom pripravené otázky.

Zapojenie ľudí so zdravotným handicapom do pracovného procesu

Zdravotné postihnutie je handicap, ktorý výrazne znemožňuje možnosť nájsť si pracovné uplatnenie. Jedným z možných riešení je zriadenie chránenej dielne. V danom prípade má zamestnávateľ nárok na poberanie dávok od štátu, nielen na vyplatenie samotnej mzdy, ale aj na prevádzkovanie chránenej dielne. Do tejto oblasti by som zaradila i zdravotne postihnutých ľudí, ktorí majú umelecké vlohy a svoj talent sa rozhodli speňažiť napríklad predávaním ručne maľovaných pohľadníc a podobne. V tomto prípade by sa mohlo jednať o podporu nielen finančnú, napríklad ak majú záujem vystavovať svoje diela na verejnosti, ale aj podporu materiálnu.

Dobrovoľnícke aktivity zamestnancov

Dobrovoľníctvo zamestnancov sa radí medzi aktivity spadajúce pod firemné dárcovstvo. Oblasť, v ktorých sa môžu pracovníci firmy angažovať je veľké množstvo. Môže sa jednať o manuálnu pomoc alebo predávanie znalostí. Najčastejšie sa jedná o jednorázové akcie, konajúce sa spravidla jedenkrát do roka vo vybranej neziskovej organizácii. Pre zamestnancov sa naskýta možnosť spolupracovať napríklad pri oprave objektov, pri príprave krátkodobého projektu, ktorý by mohol zlepšiť fungovanie neziskovej organizácie. Už spomínané predávanie znalostí z finančnej sféry, účtovníctva alebo strategického plánovania zamestnancom neziskovej organizácie môže byť predmetom pracovných stretnutí s vyslancami podniku. Ďalšou možnosťou, ktorá sa naskýta, je tzv. tieňovanie vedúcich pracovníkov firmy pri ich výkone práce zamestnancami neziskových organizácií. Tí by takýmto spôsobom mohli rozvíjať svoje interpersonálne dovednosti, ako napríklad vedenie a motivovanie, časové obmedzenie by sa mohlo vzťahovať na pár hodín za mesiac.

Zvyšovanie povedomia verejnosti o regióne a rekultivácia okolitej prírody

Je žiadúce, aby sa firmy zaujímali o miesto svojho pôsobiska, nielen aktívnym dialógom s miestnou komunitou, či financovaním prospešných projektov a neziskových organizácií.

Mohol by sa s ostatnými zodpovednými podnikmi snažiť o zvýšenie povedomia o regióne, v ktorom vykonáva svoju podnikateľskú činnosť. Táto forma podpory miesta pôsobenia by sa mohla odohrávať na rôznych veľtrhoch, ktoré slúžia k prezentovaniu sa jednotlivých regiónov. Výhoda plynúca pre podnik z podobných aktivít je zviditeľnenie danej oblasti i podniku samotného, možný príviv finančných prostriedkov, v prípade návštevníkov. Ten by sa týkal hlavne gastronomickej oblasti, hoteliérstva či kultúrnych akcií. Ďalšou možnosťou starostlivosti o rozvoj komunity by mohla byť rekultivačná činnosť okolitej prírody. V prípade pravdepodobného angažovania sa verejnosti do programu utvárania verejného priestranstva, by mohla byť na webových stránkach spoločnosti ŽDB Group a.s. zverejnená výzva k zapojeniu sa. Rekultivačné aktivity by mohli zahŕňať obnovu lesných plôch, vysádzanie stromov a tvorbu poľnohospodárskych pozemkov.

5 Záver

Na základe výsledkov, ktoré som získala z analýzy postoja k jednotlivým oblastiam CSR v Českej republike a zahraničí, môžem konštatovať, že lídrami sú momentálne severské krajiny, konkrétne Nórsko a Švédsko, o jednu pomyselnú priečku nižšie sa nachádza Veľká Británia a Írsko. Krajiny strednej a východnej Európy sa síce v priebehu posledných pár rokov začali o koncepciu spoločensky zodpovedných firiem viac zaujímať, nedosahujú však takej úrovne, ako vyššie uvedené zeme. Tieto rozdielnosti sú dané ekonomickou, politickou situáciou a kultúrnymi danosťami v rámci celej Európy. Vývoj CSR bol ovplyvnený pokrokovými stratégiami priekopníckych spoločností, vládou jednotlivých členských zemí, ale takisto tlakom vyvíjaným zo strany stakeholders skupín.

Medzi hlavné nedostatky krajín SVE patrí rozdielna úloha vládnych organizácií, problémom je fakt, že nikomu nie sú pridelené vedúce role. To znamená, že nie je určená zodpovednosť za rozširovanie povedomia o spoločensky zodpovednom správaní podnikov. V rámci neziskového sektoru sa jedná o obmedzenú možnosť vyvíjania tlaku na súkromý a vládny sektor. Firmy nie sú monitorované ani médiami, tie sa nezaujímajú o nezodpovedné praktiky, rovnako články o spoločenskej zodpovednosti nenáchádzajú podporu u vydávateľov novín.

Spoločnosť ŽDB Group a.s., ktorú som si zvolila pre diplomovú prácu, nie je koncepcia CSR neznáma. Jednotlivé princípy má rozpracované do niekoľkých hlavných oblastí, a to je zaistenie bezpečných pracovných podmienok pre zamestnancov, firemné dárcovstvo a ekologický aspekt koncepcie zodpovedného podnikania. Za rozumné riešenie považujem nápad vzbudiť záujem samotných pracovníkov o zodpovedný prístup k výkonu práce, nielen na vyšších pozíciách, ale i medzi radovými zamestnancami.

Čo sa týka firemného dárcovstva, daná firma zameriava svoju pozornosť na deti a mládež, na ľudí so zdravotným handicapom. Nejedná sa o však o jednorázové akcie, ale podieľa sa na dlhodobých projektoch neziskových organizácií či vzdelávacích inštitúcií. Mnou vybraná spoločnosť prevádzkuje ekologickú likvidáciu motorových vozidiel, takým spôsobom, ktorý zaručuje, že po spracovaní neostane žiadny závadný odpad. Službou, ktorú vykonáva v spolupráci s mestom Bohumín, kde pôsobí, je i prevádzkovanie sberného dvora nebezpečného odpadu. Opäť sa jedná o dlhodobú spoluprácu, preto si myslím, že spoločnosť ŽDB Group a.s. je kvalitným partnerom mesta Bohumín.

Ako cieľ diplomovej práce som uviedla zoznámenie sa s poznatkami z oblasti spoločensky zodpovedného správania firiem, pokúsiť sa o analýzu úrovne spoločenskej zodpovednosti vo vybraných krajinách a zistiť dosiahnutý stupeň zavedenia koncepcie CSR v podniku ŽDB Group a.s. Na záver som uviedla, že sa pokúsim vypracovať návrhy doporučení, ktoré by mohli viesť k rozšíreniu stávajúcej oblasti uplatňovaných praktík zodpovedného správania.

Vypracovaný náčrt opatrení zahŕňa možnosť zriadenia firemnej škôlky, prínos pre zamestnávateľov by spočíval vo zvýšení loajality zamestnancov, v prípade využívania škôlky. Pre rodičov detí odpadajú v tomto prípade starosti s dopravou, prípadné časové oneskorenie, ktoré môže nastať na ceste do škôlky klasickej. Deň otvorených detí pre rodiny zamestnancov a miestnu komunitu môže byť považovaný za jeden zo spôsobov prezentácie spoločnosti pred verejnosťou. Pracovné prostredie, prístup pracovníkov firmy napovie omnoho viac pri návšteve areálu podniku viac, než klasické tlačené informačné materiály.

Ďalšou možnosťou je zapojenie ľudí so zdravotným handicapom do pracovného procesu, napríklad prostredníctvom zriadenia chránenej dielne. Oblasť aktivít, v ktorých sa môžu zamestnanci dobrovoľne angažovať, je veľké množstvo. Môže sa jednať o pomoc neziskovým organizáciám pri realizácii krátkodobých projektoch, predávanie znalostí zo sféry účtovníctva alebo strategického plánovania, či tieňovanie vedúcich pracovníkov pri výkone ich práce. Posledný návrh sa týkal zvyšovania povedomia o regióne, v ktorom firma pôsobí v spolupráci s ostatnými podnikmi, táto forma podpory miestnej komunity by sa mohla odohrávať na veľtrhoch, ktoré slúžia k prezentácii jednotlivých regiónov.

Aplikovanie princípov spoločenskej zodpovedného správania môže pre firmu znamenať získanie konkurenčnej výhody, zároveň zaistí jej trvale udržateľný rast. Verím, že spoločnosť ŽDB Group a.s. bude naďalej pokračovať v rozširovaní dosiahnutej stratégie CSR.

Zoznam použitej literatúry

- 1) BLÁHA, J. *Podnikatelská etika – předpoklad úspěšného rozvoje organizace*. 1.vyd. VŠB-TU Ostrava, 2001. ISBN 80–248–0008-X.
- 2) CARROLL, A. B. *Business and Society – managing corporate social performace*. 1. vyd. Boston: Little, Brown and Comapany, 1981. str. 453. ISBN 0-316-130109.
- 3) CARROLL, A. B. *Corporate Social Responsibility – Evolution of a Definitional Construct*. *Business and Society*, 1999, Vol. 38, No. 3, str. 295.
- 4) DYTRT, Z. a kolektiv. *Etika v podnikatelském prostředí*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006. str.196. ISBN 80-247-1589-9.
- 5) ERDÉLY, E. *Baťa – Švec který dobyl světa*, Archa: Zlín, 1992. str. 191. ISBN 59-078-90.
- 6) FRANC, P.; HEYDENREICH, C.; NEZHYBA, J. *Když se bere společenská odpovědnost vážně*. 1. vyd. Brno: Ekologický právní servis, 2006. str. 72. ISBN 80-86544-08-7.
- 7) HANDY, Ch. *‘What’s a Business For?’ Harvard Business Review*, Vol. 80, No.12, 2002, str. 55.
- 8) KALOUSOVÁ, P. *SOF a firemní dárcovství v public policies v ČR a zahraničí. In Napříč společenskou odpovědností firem*. KOLEKTIV AUTORŮ. 1. vyd. Kladno: AISIS, 2005. str. 163. ISBN 80-239-111-X.
- 9) PLACET, M.; ANDERSON, R.; FLOWER, K. M. *Strategies for sustainability*. *Research Technology Management*, Vol. 48, No. 5, 2005. str. 41.
- 10) POCHYLÝ, J. *Baťova průmyslová demokracie*. 1. vyd. Praha: UTRIN, 1990. str. 134.

- 11) PRSKAVCOVÁ, M.; MARŠÍKOVÁ, K. *Problematika Corporate Social Responsibility se zaměřením na lidský kapitál, Gender Studies a environmentální management*. Technická univerzita v Liberci, 2007. str. 86. ISBN 978-80-7372-289-0.
- 12) PRSKAVCOVÁ, M.; MARŠÍKOVÁ, K. ; ŘEHOŘOVÁ, P.; ZBRÁNKOVÁ, M. *Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008. str.162. ISBN 978-80-7372-436-8.
- 13) PUTNOVÁ, A.; SEKNIČKA, P.; UHLÁŘ, P. *Etické řízení ve firmě*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006. str.168. ISBN 978-80-247-1621-3.
- 14) STRANGE, S. et al. *Rival States, Rival Firms. Competition for World Market Shares*. Cambridge: Cambridge University Press, 1991. str. 249. ISBN 0-521-42386-4.
- 15) WOOD, D. J. *Corporate Social Performance Revisited*. In *The Academy of Management Review*, 1991. Vol. 16. No. 4. str. 718.

Internetové zdroje

- 16) AARONSEN, S. A. *"Oh Behave! Voluntary Codes Can Make Corporations Model Citizens."* National Policy Association [online], 2002. [cit. 26-01-2010]. Dostupné z: http://www.multinationalguidelines.org/csr/oh_behave.
- 17) A Guide to Corporate Social Responsibility. *Arguments for CSR* [online]. [cit. 29-03-2010]. Dostupné z: http://www6.miami.edu/ethics/pdf_files/csr_guide.pdf.
- 18) BAKER, M. *Arguments against CSR* [online]. [cit. 06-03-2010]. Dostupné z: <http://www.mallenbaker.net/csr/against.php>.
- 19) BATEMAN, T.: *Zamyslenie sa nad Spoločenskou zodpovednosťou podnikov* [online]. [cit. 25-01-2010]. Dostupné z: http://www.partnerstva.sk/buxus/docs/INTEGRA_Zamyslenie_nad_SZP.pdf.
- 20) BRAUN, R.; LINE, M. *Baseline Study on CSR Practices in the New EU Member States and Candidate Countries* [online]. str. 80. [cit. 21-02-2010]. Dostupné z: http://www.nadaciapontis.sk/tmp/asset_cache/link/0000016790/baseline%20study%20on%20CSR%20in%20the%20region_main%20layout.pdf.
- 21) BUSSARD, A.; MARKUŠ, M.; BUNČÁK, M.; MARČEK, E.; MAZURKIEWICZ, P. *Spoločensky zodpovedné podnikanie*. Bratislava: Nadácia Integra [online], 2005. 113 s. [cit. 03-02-2010]. Dostupné z: <http://www.csronline.cz/Page.aspx?publikace>.
- 22) CSR Europe. *A Guide to CSR in Europe (Průvodce CSR v Evropě)* [online]. 2009. [cit. 15-03-2010]. Dostupné z: <http://www.csronline.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=581>.
- 23) ČANÍK, P. *Úvod do podnikové etiky – 1. Morálka a etika* [online]. [cit. 29-01-2010]. Dostupné z: <http://www.plus-research.cz/clanek.asp?id=c04005>.
- 24) Česká společnost pro jakost. *Model excellence EFQM* [online]. [cit. 05-04-2010]. Dostupné z: <http://www.csq.cz/cs/model-excelence-efqm.html>.

- 25) EnviGroup. *Produkty pre zavedenie a udržovanie systému EMS* [online]. [cit. 03-04-2010]. Dostupné z: <http://envigroup.webnode.sk/products/produkt-1>.
- 26) European Commission. *Employment, Social Affairs and Equal Opportunities* [online]. [cit. 08-02-2010]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/employment_social/social/csr/index.htm.
- 27) HOMER-DIXON, T. *The Ingenuity Gap* [online]. 2002. str. 496. [cit. 05-02-2010]. Dostupné z: <http://www.randomhouse.com/catalog/display.pperl?isbn=9780375713286>.
- 28) KUBÁLKOVÁ, P. *Sociální nebo marketing?* [online]. [cit. 26-01-2010]. Dostupné z: <http://zpravodaj.feminismus.cz/clanek.shtml?x=2043761&als%5Bnm%5D=2044443>.
- 29) NEJEDLO, T. *BLF News 2008* [online]. Praha: Wald Press s. r. o., 2008. str. 44. [cit. 27-02-2010]. Dostupné z: http://www.blf.cz/doc/BLF_NEWS_08.pdf.
- 30) Management jakosti. *Normy jakosti ISO* [online]. [cit. 06-04-2010]. Dostupné z: <http://normy.jakosti.cz/>.
- 31) Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. *Otázky a odpovědi k Bílé knize* [online]. [cit. 15-02-2010]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/bila-kniha/otazky-a-odpovedi-k-tezim-bile-knihy-terciarniho-vzdelavani>.
- 32) Prodonum. *Firemná filantropia* [online]. [cit. 08-02-2010]. Dostupné z: <http://www.prodonum.sk/sk/firemna-filantropia>.
- 33) Reference for Business. *Corporate Social Responsibility. Arguments for CSR* [online]. [cit. 03-03-2010]. Dostupné z: <http://www.referenceforbusiness.com/management/Comp-De/Corporate-Social-Responsibility.html>.

- 34) ROCHLIN, S. A.; CHRISTOFFER, B. *Making the business case – Determining the value of corporate community involvement*. Boston : The Centre for Corporate Citizenship at Boston College [online], 35 str. [cit. 16-02-2010]. Dostupné z: <http://www.bc.edu/corporatecitizenship>.
- 35) STEINEROVÁ, M. *Koncept CSR v praxi průvodce odpovědným podnikáním* [online]. Praha: ASPRA a.s. a 94minutes, s.r.o., 2008. [cit. 09-02-2010]. Dostupné z: <http://www.csronline.cz/Page.aspx?publikace>.
- 36) TRNKOVÁ, J. *Společenská odpovědnost firem, kompletní průvodce tématem & závěry z průzkumu v ČR*. Praha: Business Leaders Forum [online], 2004. 58 s. [cit. 12-02-2010]. Dostupné z: <http://www.blf.cz/csr/cz/vyzkum.pdf>.
- 37) *Trvalá udržitelnost* [online]. [cit. 05-02-2010]. Dostupné z: <http://trvala-udrizitelnost.sweb.cz/>.
- 38) Webové stránky společnosti ŽDB Group a.s. [online]. Dostupné z: <http://www.zdb.cz/>.

Zoznam skratiek

CEN – European Committee for Standardization
CSR – Corporate Social Responsibility
EFQM – European Foundation for Quality Management
EHP – Európsky hospodársky priestor
EMAS – Eco-Management and Audit Scheme
EÚ – Európska Únia
HDP – Hrubý domáci produkt
ISO – International Organization for Standardization
MBA – Master of Business Administration
PDCA – Plan Do Check Act
PR – Public Relations
USA – United States of America
VŠE – Vysoká škola ekonomická
ŽDB – Železářny a drátovny Bohumín

Zoznam tabuliek a grafov

Zoznam tabuliek

Tabuľka 2.1 Corporate Social Policy: Výsledky jednania na základe princípov spoločenskej zodpovednosti v oblasti CSR.....	12
Tabuľka 3.1 Roviny spoločensky zodpovedného podnikania	22
Tabuľka 3.2 Vzdelanie respondentov a ich ochota priplatiť si za ekologický výrobok.....	25
Tabuľka 3.3 Úroveň očakávaní stakeholders.....	28
Tabuľka 4.1 Súbor indikátorov výkonnosti politiky CSR.....	40

Zoznam grafov

Graf 3.1 Identifikácia stakeholders.....	27
Graf 4.1 Motivácie k CSR.....	52

Zoznam obrázkov

Obrázok 2.1 Vzrastajúca dôležitosť ekonomických a spoločenských hodnôt.....	11
Obrázok 3.1 Cyklus PDCA.....	29

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne

Adresa trvalého pobytu studenta:

.....

.....
jméno a příjmení studenta